

## Offices/ General

### Не сдаются и не продаются

Рынок коммерческой недвижимости лихорадит. Количество купленных и арендованных помещений в декабре достигло исторического минимума — объем сделок составил 26 000 кв. м

## Retail

### Fendi нащупала "Модную точку"

Владельцы сети будут развивать марку вместо Mercury

### Степан Михалков присел на сеть лавок

Ресторатор откроет продуктовые магазины в центре Москвы

### "Техносила" разорвала порочащую ее связь

ФНС больше не имеет претензий к ритейлеру

## Offices/General

### НЕ СДАЮТСЯ И НЕ ПРОДАЮТСЯ

*Рынок коммерческой недвижимости лихорадит. Количество купленных и арендованных помещений в декабре достигло исторического минимума — объем сделок составил 26 000 кв. м*

Темпы строительства офисной недвижимости снижаются. Так, если в ноябре прошлого года было введено в строй 210 000 кв. м, то в декабре — 150 000 кв. м, говорится в отчете компании Cushman & Wakefield / Stiles & Riabokobylko (C&W/S&R). В частности, построены бизнес-центр Business Hall Classic (21 400 кв. м) компании «Миан-девелопмент», одно из зданий парка Mirland (9700 кв. м) и часть многофункционального комплекса Capital City (28 900 кв. м) от «Капитал групп».

#### Кто свободен

Уровень свободных площадей в офисах класса А, расположенных в пределах Бульварного кольца, в районе Белорусского вокзала, в Замоскворечье и «Москва-сити», сейчас составляет 22,5%. В других центральных районах офисы класса А не заполнены на 5,5%, а за пределами центра — на 7,8%. Доля вакантных помещений в офисах класса В+ — от 11,7% в центре до 23,4% на периферии, класса В- — 8% и 7,3% соответственно.

При этом количество купленных и арендованных помещений в декабре достигло исторического минимума — объем сделок составил 26 000 кв. м. Для сравнения: в декабре 2006 г. этот показатель был равен 115 000 кв. м, а в 2007 г. — 240 000 кв. м. Учитывая проблемы на финансовом рынке, многие компании сегодня не готовы покупать либо арендовать новые помещения, объясняет причину заместитель начальника отдела исследований C&W/S&R Лада Белайчук. [С ней согласна и Ольга Ясько, региональный директор департамента аналитики Colliers International: «В конце 2008 г. общий объем сделок резко снизился, что связано с последствиями финансового кризиса».](#) Илья Шершнеф, директор по развитию Swiss Realty Group, считает, что рынок не достиг исторического минимума: «Количество сделок действительно сильно сократилось, но в реальности мало кто учитывает сделки,

связанные с маленькими помещениями (50-100 кв. м.) и площадями, сдаваемыми в субаренду».

Ясько также отмечает, что уровень свободных помещений за последние два месяца неуклонно растет. «Если в сентябре прошлого года вакантные помещения класса А составляли всего лишь 4,2%, в ноябре — 10-12%, то в декабре уже 19,9% (с учетом субаренды — 22%), а это абсолютный максимум за последние восемь лет», — говорит она. По данным C&W/S&R, самый высокий (см. врез) уровень вакантных площадей наблюдается в офисах класса А, расположенных в том числе в «Москва-сити», в районе Белорусского вокзала и Замоскворечье (22,5%), и объектах класса В+ на периферии (23,4%).

Ранее в Knight Frank посчитали, что в первой половине 2009 г. на рынке появится 100 000 кв. м офисов со вторичного рынка, который по объемам впервые догонит первичный. По данным консалтинговой компании RRG, объем предложения на коммерческую недвижимость к декабрю (по сравнению с сентябрем) вырос в среднем на 30%, но стабилизировался. Цена предложения снизилась незначительно — на 7%, но при этом дисконт по части объектов может быть на уровне 20-30%. Впрочем, в RRG отмечают, что количество объектов, снимаемых с продаж, увеличивается по причине экономии средств и отсутствия спроса.

Особых изменений в ближайшее время ожидать не стоит, считают консультанты. Белайчук говорит, что в первой половине 2009 г. спад рынка офисной недвижимости продолжится, так как компании по-прежнему испытывают недостаток финансов, а даже имеющиеся средства предпочитают направить на решение проблем внутри своего бизнеса. «Снижение ставок аренды на офисные площади стало свершившимся фактом, а стабилизация может наступить только после не менее чем 30-40%-ной коррекции», — добавляет Ясько.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## Retail

### **FENDI НАЩУПАЛА "МОДНУЮ ТОЧКУ"**

*// Владельцы сети будут развивать марку вместо Mercury*

Как стало известно "Ъ", на российский рынок возвращается итальянская марка Fendi, которую эксперты называли последним из люксовых супербрендов, не представленным в России. Развивать марку после пятилетнего отсутствия на местном рынке (прежний партнер — группа Mercury) будут владельцы одежных сетей "Модная точка" и "Даниэль".

Первым партнером Fendi в России была компания Mercury — крупнейший оператор российского luxury-рынка (17-е место в рейтинге "Ъ" "Топ-50 российских ритейлеров", выручка в 2007 году — \$1 млрд). В 1998-м Mercury открыла бутик Fendi в помещении торгового дома "Москва" на Кутузовском проспекте, где также расположились бутики марок Gucci, Chanel, Ermenegildo Zegna и др. К 2004 году, по данным Mercury, московский бутик Fendi вышел на третье место в мире по абсолютным объемам продаж после римского и нью-йоркского, но в этом же году итальянская компания не стала продлевать дистрибуторский контракт с Mercury.

По словам одного из участников рынка, Fendi осталась недовольна тем, что Mercury открыла лишь один магазин этой марки, причем не в центре, в то время как большинство других люксовых брендов в портфеле Mercury (Gucci, Dolce & Gabbana, Ermenegildo Zegna и др.) обзавелись вторыми магазинами в Третьяковском проезде в самом центре Москвы.

С тех пор менеджмент Fendi активно искал партнера в Москве. О том, что развитием марки в России теперь занимаются владельцы одежных сетей "Модная точка" и "Даниэль", "Ъ" рассказал источник в одной из крупнейших компаний по торговле одеждой класса "люкс". По данным "СПАРК-Интерфакса", учредителями ООО "Даниэль бутик" и ООО "Модная точка" являются Ольга Назарова, Вячеслав Горюнов и Егор Захарченко.

Госпожа Назарова подтвердила, что группа компаний "Даниэль Групп" стала партнером Fendi и 2 декабря открыла в Москве (Столешников переулок, 5) флагманский магазин марки. В магазине представлены шубы (цена от 300 тыс. до 8 млн руб.), одежда (от 10-12 тыс. руб.) и аксессуары. В головном офисе Fendi в Риме подтвердили открытие магазина, воздержавшись от более подробных

комментариев.

Помимо магазина в Столешниковом переулке (площадь — около 400 кв. м) в ближайшие два месяца партнеры планируют открыть еще один магазин (около 100 кв. м) на Никольской улице. Детали партнерства госпожа Назарова не комментирует. По словам собеседника "Ъ" в другой luxury-компании, Fendi договорилась о 20-процентном роялти с продаж.

ГК "Даниэль Групп" развивает сеть по торговле одеждой класса "люкс" "Модная точка" (шесть магазинов в Москве, продает бренды Andrew Mckenzie, Ann Demeulmeester, Jean Paul Gaultier, Marithe+Francois Girbaud, Dirk Bikkembergs) и сеть по торговле элитной детской одеждой "Даниэль" (восемь магазинов, марки — Iceberg, Ferre, I Pinco Pallino, D&G). Финансовые показатели не раскрываются.

Fendi создана в 1925 году, до 1999 года управлялась пятью сестрами, дочерьми основателей марки Адель и Эдуардо Фенди. Затем 51% компании выкупил консорциум LVMH и Prada предположительно за \$850 млн, в 2001 году LVMH выкупил долю Prada и теперь является контрольным акционером компании.

По словам одного из участников люксового рынка, выбор Fendi пал на группу "Даниэль", потому что приоритетным для итальянцев было наличие у потенциального франчайзи помещения в центре Москвы. Гендиректор Fashion Consulting Group Анна Лебсак-Клейманс называет "Даниэль Групп" "игроком второго эшелона". "То, что известнейшая компания согласилась быть представленной в Москве маленьким партнером, означает, что они не были интересны большим игрокам (Mercury, Bosco di Ciliegi, "ДжамильКо".— "Ъ"),— предполагает она.

Мобильные телефоны генерального менеджера Mercury Александра Реебока, главы Bosco Михаила Куснировича и владельца "ДжамильКо" Халеда Джамилля вчера не отвечали. "Fendi вела переговоры и с большими операторами,— признает госпожа Назарова.— Но компании хотелось, чтобы ее развитием в России занималась "свежая кровь"". По словам собеседника "Ъ" в одной из компаний, торгующих одеждой класса "люкс", в 2008 году Fendi вела переговоры с совладелицей Landau Fashion Group (Marc Jacobs, Christian Louboutin и др.) Айсель Трудель, но стороны так и не договорились, так как Fendi предлагала невыгодные условия, в том числе и роялти с продаж.

"Несмотря на то что Fendi, возможно, последняя из супермарок, не представленных

в России, в условиях снижения покупательского спроса из-за кризиса заработать на ней новым партнерам будет сложно", — считает коммерческий директор Fashion Consulting Group Ануш Гаспарян. С ней соглашается и совладелец крупной сети по торговле люксовой одеждой: "Основной козырь марки — шубы, но все, кто мог себе это позволить, уже их купили". Необходимый минимум по закупке коллекции на сезон собеседник "Ъ" оценивает в €700 тыс., минимальный ежегодный рекламный бюджет только в прессе — в районе \$400 тыс. Для сравнения: рекламный бюджет Mercury в прессе в 2007 году, по оценкам экспертов, составил \$28 млн.

◆ [Коммерсантъ](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## **СТЕПАН МИХАЛКОВ ПРИСЕЛ НА СЕТЬ ЛАВОК**

*// Ресторатор откроет продуктовые магазины в центре Москвы*

Ресторатор Степан Михалков запускает новый розничный проект — сеть магазинов "Х&Со кулинарная лавка" средней площадью 50 кв. м. Первые магазины будут открыты в первом квартале 2009 года в центре Москвы. В пределах Садового кольца практически негде купить свежие продукты, но все равно начинать проект в условиях кризиса рискованно, говорят ритейлеры.

О новом проекте компании EatOut (управляет заведениями Степана Михалкова) рассказала владелица аудиторской компании "Юр-Аудит", партнер ресторатора по булочным "Хлеб & Со" (восемь магазинов прилавочной торговли) Анна Павлова. По ее словам, концепция "Х&Со кулинарная лавка" подразумевает магазины средней площадью 50 кв. м, где будут продаваться готовые блюда и полуфабрикаты. Средний чек — 300-400 руб. Первая лавка откроется в феврале на Тверской улице, добавила она. Степан Михалков через ассистента подтвердил запуск проекта.

EatOut также будет развивать сеть одноименных кафе-баров — X&Co green line. Сейчас эта сеть развивается в сотрудничестве с фитнес-клубами World Class: госпожа Павлова уточнила, что с декабря 2008 года бары открыты во всех 20 клубах сети на правах аренды. Член совета директоров World Class Максим Игнатъев это подтвердил. В общей сложности EatOut арендовала 1,8 тыс. кв. м в фитнес-клубах.

Новая розничная сеть, согласно начальному бизнес-плану, должна была включать восемь магазинов к 2010 году, но из-за кризиса стратегия может поменяться. "В первом квартале откроем точно три магазина в центре, а дальше в зависимости от поведения потребителя и общей ситуации на рынках", — поясняет партнер ресторатора. Инвестиции в каждый магазин составят примерно \$200-250 тыс. Партнеры инвестируют в проект собственные деньги. "Сейчас он не требует больших инвестиций, так как основные средства были вложены еще полтора года назад в строительство фабрики-кухни, которая обслуживает сейчас X&Co", — объясняет госпожа Павлова. Фабрика обошлась партнерам в \$5 млн, еще примерно \$2 млн было инвестировано в булочные.

Степану Михалкову с партнерами принадлежит компания EatOut, которая управляет авторскими ресторанами "Ваниль", "Вертинский", "Ветерок", Indus, Casual и ресторанной сетью Lemoncello. В феврале 2007 года ресторатор приобрел франшизу бельгийской мебельной сети Flamant — первый магазин (700 кв. м) открылся в ГУМе. Финансовые показатели не раскрываются.

В центре города не хватает продуктовых магазинов, а готовая еда до сих пор пользовалась спросом, рассуждает гендиректор сети Е.Д.А. Леонид Новосельский. Впрочем, потребительское поведение может сильно измениться в связи с падением доходов, оговаривается он. Гендиректор сети "Азбука вкуса" Владимир Садовин рассказывал "Ъ", что рост продаж его сети в декабре 2008 года оказался на семь процентных пунктов ниже, чем в декабре 2007-го (см. "Ъ" от 11 января). "Ситуация прояснится к весне", — уверен совладелец группы "Виктория" Николай Власенко.

Сейчас профильные игроки не начинают новых проектов и приостанавливают развитие, а молодые проекты, как, например, сети магазинов у дома "Оливье" (создана акционерами "Азбуки вкуса") и "Мосмартик" (принадлежит "Мосмарту"), закрылись. Проект господина Михалкова, очевидно, не проект сегодняшнего дня, уверен Леонид Новосельский: "Только через пару лет имеет смысл развивать большую сеть, но сама идея очень перспективна". Анна Павлова отмечает, что

ставка делается и на потребителей, которые будут экономить на ресторанах: готовые блюда они смогут приобретать в X&Co.

◆ [Коммерсантъ](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## **"ТЕХНОСИЛА" РАЗОРВАЛА ПОРОЧАЩУЮ ЕЕ СВЯЗЬ**

*// ФНС больше не имеет претензий к ритейлеру*

"Техносиле", одной из крупнейших в России сетей по торговле бытовой техникой, удалось решить свои проблемы с Федеральной налоговой службой (ФНС). Уже сегодня может быть опубликовано их совместное заявление о том, что налоговики не считают связанными "Техносилу" и ее бывшего поставщика ООО "Сониквай", которому предъявлено 1,2 млрд руб. налоговых претензий. Весь долг будет взыскан только с ООО "Сониквай" в ходе его банкротства, а ритейлер начнет искать инвестора.

О том, что ООО "Сониквай" отказывается от дальнейшего обжалования налоговых решений и отзывает кассационные жалобы, говорится в подготовленном совместном заявлении "Сониквай", группы "Техносила" и ФНС (имеется в распоряжении "Ъ"). Пресс-служба ФНС вчера подтвердила "Ъ", что они поставлены в известность о намерении "Сониквай" отозвать кассационные жалобы.

Пресс-секретарь ФНС Аэлита Бачурина также отметила, что "налоговые органы считают недостаточными имеющиеся материалы для взыскания в суде налоговой задолженности "Сониквай" за счет активов каких-либо зависимых обществ", поэтому взыскание будет осуществлено в ходе банкротства компании согласно действующему законодательству. Как пояснил "Ъ" финансовый директор "Техносилы" Дмитрий Мильштейн, "такое решение свидетельствует о том, что налоговые органы признали доказательства об отсутствии связи между "Техносилой" и бывшим поставщиком".

Налоговая инспекция N 36 в 2006 году предъявила ООО "Сониквай" претензии по



НДС за 2004-2005 годы, начислив 1,203 млрд руб. и отказав в вычетах на 1,524 млрд руб.

Компания обратилась в суд. Налоговики на слушаниях заявляли, что деятельность оптовика направлена на получение необоснованной налоговой выгоды, а сам "Сониквай" и компании, входящие в "Техносилу", являются взаимозависимыми лицами. В ноябре 2007 года по заявлению налоговиков "Сониквай" был признан банкротом, основным кредитором является инспекция, ликвидного имущества у компании не выявлено. В конце прошлого года апелляционный суд по всем трем делам признал правоту налоговиков, отметив в постановлении от 12 ноября, что в налоговой схеме "Сониквай" участвовали компании, входящие в группу "Техносила" (см. "Ъ" от 3 декабря). Проиграв апелляцию, "Сониквай" подал кассационные жалобы, от которых теперь решил отказаться.

Товарным знаком "Техносила" владеет ООО "Группа компаний СВ" (ГК СВ), основанное братьями Вячеславом и Виктором Зайцевыми в 1993 году. Сейчас они являются мажоритарными совладельцами на паритетных началах. В состав группы СВ входит розничная сеть "Техносила" (на конец 2008 года объединяла около 300 собственных и франчайзинговых магазинов, выручка в 2007 году — \$1,463 млрд, в 2008-м — около \$2 млрд; в рейтинге "Топ-50 российских ритейлеров" в 2007 году по версии "Ъ" занимает 11-е место), девелоперская компания "ТС Девелопмент", логистический оператор и ОАО "Мультибанк".

"История с "Соникваем" длится больше двух лет, за это время "Техносила" испытывала некоторые репутационные сложности из-за версии налоговых органов о взаимосвязи сети с поставщиком, из-за кризиса возникли проблемы уже с банками-кредиторами, которые стали более требовательно подходить к заемщикам", — добавил господин Мильштейн. Теперь, по его признанию, группа "освободилась от тяжелого бремени и готова продолжить нормальную операционную деятельность".

В частности, с начала февраля головной операционной компанией сети "Техносила" становится одноименное ООО (сейчас головная компания ритейлера — ООО "Спектр"), на баланс которого будут переведены все региональные компании-операторы. "Сейчас мы готовим финансовую отчетность по международным стандартам, а в перспективе может идти речь о привлечении инвестора или проведении IPO при стабилизации ситуации на биржевом рынке", — поделился господин Мильштейн.

# Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

14 января, № 4

Сценарий, когда одной из компаний группы начисляют большую сумму налогов, а затем компания оказывается выведенной из группы и спустя некоторое время банкротится, для российского бизнеса не редкость. Так, весной к ООО "Эльдорадо", бывшей оптовой компании одноименной сети, были предъявлены налоговые претензии на сумму около 13,5 млрд руб. Компания попыталась обжаловать в суде решения налоговиков, а ритейлер стал отрицать ее связь с группой, заявив, что в группу входит другое ООО "Эльдорадо", управляющее розничной сетью. Впоследствии оптовое ООО "Эльдорадо" (сейчас — ООО "Оптовик") от исков к инспекции отказалось. В настоящее время в отношении компании начат процесс банкротства.

◆ [Коммерсантъ](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)