

Offices/General

Метрополис, Мегаполис и Спектр могут стать последними

В первом квартале 2009 года ввод офисных площадей классов А и В в Москве составил порядка 930 тысяч кв м. 15% - класса А и 85% - класс В, соответственно. Об этом на пресс-завтраке Colliers International рассказала региональный директор департамента аналитики компании Ольга Ясько.

Retail

Ресторатор на вокзале

РЖД в мае объявит конкурс среди рестораторов на право кормить пассажиров на вокзалах. Стандарты для этого разработает Группа компаний Аркадия Новикова

«КИТ Финанс» смывает косметику

Pur Pur продан, "Невская косметика" на очереди

«Домоцентр» включился в распродажу

Еще одна сеть товаров для дома продает долю

Hotels

«Националь» пошел в люкс

Под новым брендом отель составит конкуренцию Ritz-Carlton

Если вы не хотите получать дайджест Colliers International по рынку коммерческой недвижимости, вы можете отказаться от последующих рассылок, нажав на ссылку [Удалить из списка рассылки](#)

Office/General

МЕТРОПОЛИС, МЕГАПОЛИС И СПЕКТР МОГУТ СТАТЬ ПОСЛЕДНИМИ

В первом квартале 2009 года ввод офисных площадей классов А и В в Москве составил порядка 930 тысяч кв м. 15% - класса А и 85% - класс В, соответственно. [Об этом на пресс-завтраке Colliers International рассказала региональный директор департамента аналитики компании Ольга Ясько.](#) По ее словам, на конец прошлого года объем зданий класса А и В составил 10,36 млн. кв м. «Сейчас мы видим огромное количество предложений на рынке субаренды», - сообщила Ясько.

Исполнительный директор компании Максим Гасиев рассказал, что в январе и феврале этого года был самый тихий период на рынке. «Телефоны у всех молчали. Не совершилось ни одной сделки... Сейчас вроде потихонечку пошли небольшие сделки. Поэтому можно с уверенностью сказать, что рынок коммерческой недвижимости все-таки есть», - заявил он.

Инвесторы продолжают ждать дистрессовых активов. Но привлекательных объектов почти не появляется. «Кроме ТРЦ Щуки таких объектов нет. И то, Щуку нельзя назвать таким объектом. Ставка капитализации в нем – 10%. Задешево собственник здания его не отдаст – это точно. Все предложения, которые сейчас поступают от потенциальных покупателей слишком малы. Поэтому объект до сих пор в стадии продажи», - пояснил Гасиев. С началом кризиса инвесторы, нацеленные на покупку distressed assets, ждали появления дешевых качественных объектов. Однако пока их ожидания не оправдываются. "Если ситуация не изменится и рубль больше не будет существенно падать, таких активов они и не дождутся, - заметил Максим Гасиев. - Думаю, что это вынудит их вкладывать свои средства в новое строительство".

Ольга Ясько рассказала о тенденциях на рынке офисных объектов столицы. «Сегодня девелоперы стремятся достраивать уже начатые объекты и замораживать те, которые находятся на начальной стадии строительства. Сделки, которые сейчас совершаются, в основном проходят по небольшим площадям (до 1000 кв. м). Также участились сделки по изменениям действующих договоров аренды», - отметила она.

Говоря о складской недвижимости, Ясько сообщила, что за первый квартал текущего года не было введено ни одного складского объекта. «Все больше и больше появляются площадей на рынке субаренды. Вторичный рынок составляет 250 тысяч квадратных метров. Уровень вакантных площадей – 5%. До конца года планируется ввести еще 600 тысяч кв. м складов". Основной тенденцией на рынке является сокращение объемов запрашиваемых площадей, отметила она. Также растет спрос на склады класса В и ниже. И, естественно, происходит корректировка ставок аренды.

О торговой недвижимости рассказала Татьяна Ключинская, директор департамента торговой недвижимости Colliers International. «Основными тенденциями на рынке можно назвать подписание договоров аренды после сдачи торгового объекта в эксплуатацию, кроме того федеральные сети сворачивают программу регионального развития», - сообщила она, добавив, что в этом году в столице в эксплуатацию было введено только три крупных торговых объекта: Метрополис, Мегополис и Спектр, общей площадью 331 тыс. кв м. «До конца года на рынок также выйдет еще несколько крупных торговых комплексов, которые сейчас находятся в финальной стадии строительства. Эти объекты могут стать последними крупными ТЦ, так как строительство новых подобных комплексов в ближайшие 2-3 года будет приостановлено», - заявила она.

По ее словам, в ближайшее время большое количество ТЦ будут реконструированы. Кроме того ожидается дальнейшее снижение ставок аренды.

Ключинская отметила, что международные сильные бренды будут продолжать выходить на российский рынок, так как у них довольно большая «подушка безопасности». Однако они, скорее всего, сократят программы региональной экспансии. Это же происходит и с федеральными операторами, которые подчас сворачивают свою региональную деятельность. По мнению директора департамента торговой недвижимости, в регионах места покидающих торговые площади федеральных ритейлеров займут местные игроки, которые будут развиваться хоть и поступательно, но используя собственные средства от операционной деятельности.

◆ Арендатор.ру

◆ ◆ [К содержанию](#)

Retail

РЕСТОРАТОР НА ВОКЗАЛЕ

РЖД в мае объявит конкурс среди рестораторов на право кормить пассажиров на вокзалах. Стандарты для этого разработает Группа компаний Аркадия Новикова

Дирекция железнодорожных вокзалов РЖД и Группа компаний Аркадия Новикова подписали соглашение о сотрудничестве. Оно позволит компании Новикова проводить аттестацию и участвовать в отборе предприятий общественного питания, работающих на вокзалах, говорится в сообщении сторон. Для этого Новиков должен будет разработать стандарт качества — единый свод норм и требований к общепитам, а также осуществлять в них регулярный контроль качества.

В мае РЖД объявит конкурсы на отбор сетевых игроков для обслуживания вокзалов, говорит начальник дирекции железнодорожных вокзалов РЖД Сергей Абрамов. Монополия обеспечит выигравшим аренду площадей на 78 вокзалах, в том числе в Москве и Санкт-Петербурге, из имеющихся в управлении дирекции 323. В 2008 г. все они обслужили 550 млн человек.

На каждую из продуктовых линеек должны быть выбраны не менее двух игроков. Всего линеек семь: питание, аптеки, магазины продуктов и сопутствующих товаров, вендинговые аппараты, стрит-банкинг, платежные терминалы, бытовые услуги (химчистки, парикмахерские, металлоремонт). По словам Абрамова, Новиков, возможно, будет участвовать и в конкурсе на предоставление услуг питания в первой категории (рестораны).

Пресс-секретарь Группы компаний Аркадия Новикова Ольга Лебедева говорит, что речь об участии в ресторанных проектах пока не идет.

Рестораторов проект РЖД заинтересовал. «Нам интересен проект, тем более что «Росинтер» в 2008 г. участвовал и выиграл конкурс РЖД и Мiгах на открытие ресторанов «1-2-3 кафе» и «Планета Суши» на Курском вокзале», — рассказывает Валерия Силина, директор по связям с общественностью «Ростик групп». По ее словам, опыта у ее компании хватает: рестораны группы уже шесть лет открыты в аэропортах «Пулково», «Шереметьево-2», «Домодедово», Рига. «Возможно, мы

рассмотрим этот вариант. Но я хочу, чтобы было вкусно, а не каждая предлагаемая схема работы такое позволяет», — говорит ресторатор Андрей Деллос (сеть кафе быстрого питания «Му-му», рестораны «Турандот», «Бочка», «Шинок» и др.).

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

"КИТ ФИНАНС" СМЫВАЕТ КОСМЕТИКУ

Pur Pur продан, "Невская косметика" на очереди

Один из крупнейших одежных оптовиков в России Fashion Distribution Lab (F.D.Lab) выкупил у банка "КИТ Финанс" 20 из 64 магазинов банкротящейся сети аксессуаров Pur Pur и права на бренд. Банк вышел из проекта с убытком: с 2007 года он вложил в Pur Pur \$18 млн, но сеть так и не стала прибыльной. До конца второго квартала "КИТ Финанс" планирует продать остальные непрофильные активы, в том числе издательство Creative Media и фабрику "Невская косметика".

20 магазинов Pur Pur (продают бижутерию, аксессуары, косметику и парфюмерию) и права на торговую марку выкупила компания Fashion Distribution Lab, следует из сообщения поставщика торгового оборудования, заключившего контракт на обслуживание сети с новым владельцем. Всего Pur Pur объединяет 64 магазина, часть из них продолжают работать по франшизе с новым правообладателем. Представители F.D.Lab Юлия Солнцева и Александр Лопатин подтвердили агентству Reuters информацию о покупке Pur Pur, но отказались комментировать сделку.

ООО "Пур Пур" было основано обанкротившимся холдингом "Марта". В августе 2007 года 42% ООО приобрел инвестбанк "КИТ Финанс", который позже увеличил свою долю до 99%, еще 1% остался у "Марты". "В настоящее время "КИТ Финанс" не имеет доли в "Пур Пур", — заявляли в начале апреля в пресс-службе банка. Около двух недель назад ООО "Пур Пур" подало в арбитражный суд Москвы заявление о собственном банкротстве (см. "Ъ" от 9 апреля). Fashion Distribution Lab — один из крупнейших в России дистрибуторов одежды, обуви и аксессуаров. Компания основана в 1997 году, помимо дистрибуции развивает собственную розницу по франчайзингу с известными европейскими марками среднеценового сегмента — Marc O`Polo, Tom Tailor, Warehouse, Principles, Apart, Etam, 1-2-3 и др. Продает одежду в 947 магазинах в России и странах СНГ, говорится на сайте компании.

"КИТ Финанс" выставил на продажу непрофильные активы, как только столкнулся с проблемами в основном бизнесе (см. "Ъ" от 24 сентября 2008 года). Помимо сети Pur Pur покупателям предлагали 70% ИД Creative Media (журналы "Личный бюджет", "Интервью", "Похудей!", "Женские секреты") и 25% акций производителя косметики ОАО "Невская косметика". Все непрофильные активы должны быть проданы до конца второго квартала 2009 года, сообщила пресс-служба "КИТ Финанса" в пятницу. В сообщении отмечается, что стоимость текущих активов группы при рыночной оценке обеспечивает необходимый источник средств для полного покрытия обязательств группы.

Pur Pur не принесла инвестбанку прибыли: сотрудничавший с сетью банкир знает, что в этот проект с 2007 года "КИТ Финанс" инвестировал \$18 млн. Выручка сети за восемь месяцев 2008 года составила \$9,5 млн, чистый убыток — \$5 млн, говорится в материалах "КИТ Финанса", имеющихся в распоряжении Reuters. Все магазины Pur Pur находятся в аренде, средняя площадь каждого — 50 кв. м. "В текущей рыночной ситуации этот актив сложно оценить даже в одну годовую выручку", — признавался в сентябре топ-менеджер "КИТ Финанса". Директор департамента торговой недвижимости Penny Lane Алексей Могила считает, что цена приобретенных F.D.Lab магазинов соответствует стоимости договоров аренды и оборудования — не более \$1 млн.

Марка Pur Pur обошлась покупателю не более чем в 10-15% стоимости всего бизнеса сети, считает управляющий директор TNC.Brands.Ads Наталья Меш. "Если бы речь шла о раскрученном бренде типа Accessorize, то его цена могла бы в разы превышать стоимость розничного бизнеса. Но не думаю, что у потребителя есть сильная привязка к бренду Pur Pur", — объясняет она.

Сейчас в портфеле F.D.Lab уже есть сеть аксессуаров и косметики — молодежная французская марка MOA. Пока в России работает только два магазина MOA в Москве: в торгцентрах "Европейский" и "МЕГА Белая дача". Совладелец корпорации Sela Аркадий Пекаревский говорит, что выручка от продажи аксессуаров в его магазинах не растет, но и не падает: "Количество покупателей этой категории снизилось, хотя продажи в рублях пока держатся на уровне 2008 года".

◆ [Коммерсант](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

"ДОМОЦЕНТР" ВКЛЮЧИЛСЯ В РАСПРОДАЖУ

Еще одна сеть товаров для дома продает долю

Группа компаний "Домоцентр" (входит в Топ-10 крупнейших российских ритейлеров, торгующих товарами для ремонта и обустройства дома) выставила на продажу до 25% своего бизнеса для пополнения оборотного капитала. В подготовленной Ernst & Young презентации для инвесторов говорится, что рынок товаров для дома в России "остаётся слаборазвитым". Поэтому здесь много M&A-сделок: на прошлой неделе стало известно о продаже сразу двух сетей — "Метрики" и "Санта-Хауса".

О намерении владельцев "Домоцентра" привлечь инвестора для развития бизнеса "Ъ" рассказал бизнесмен, получивший предложение о покупке миноритарной доли ритейлера. В апрельской презентации, подготовленной для инвесторов консалтинговой Ernst & Young (есть в распоряжении "Ъ"), говорится, что "Домоцентр" занимает порядка 10-15% рынка Сибирского федерального округа и около 30% рынка Новосибирска. Старший консультант отдела Transaction Advisory services Ernst & Young Максим Рихтер подтвердил "Ъ" достоверность презентации.

Розничный бизнес группы, говорится в ней, представлен четырьмя форматами (всего 25 магазинов): гипермаркеты (два магазина "Домоцентр" и "Прораб" площадью около 10 тыс. кв. м каждый), супермаркеты (семь магазинов "Практик", 3-6 тыс. кв. м), универсамы (14 магазинов "Абрис" и "Стройкин", до 3 тыс. кв. м) и специализированные магазины (два магазина "Ковровый двор", до 500 кв. м).

Группа "Домоцентр", созданная в 1992 году, объединяет ООО "Холдинговая компания "Домоцентр"", ООО "Домоцентр-Розница", ООО "Домоцентр-Авто", ООО "Новокузнец-Строй" и другие компании. На паритетных началах бизнесом владеют ее основатели Виталий Анисимов, Тимофей Кулигин, Евгений Якушкин. Выручка группы в 2008 году составила 5,016 млрд руб., EBITDA — 474 млн руб.

Источник "Ъ", близкий к "Домоцентру", утверждает, что предварительно речь идет о продаже до 25% бизнеса, "но детальных переговоров группа ни с кем пока не ведет", и "оценка бизнеса пока не проводилась". Директор Prosperity Capital Management Алексей Кривошапка оценил 100% группы, исходя из описания в презентации, в 2,5 млрд руб.

Поводом для продажи доли собеседник "Ъ" со стороны "Домоцентра" называет "актуальные проблемы для всех отечественных розничных операторов". В начале года ритейлеру пришлось потратить деньги на расчеты по облигациям: 13 января ООО "Холдинговая компания "Домоцентр"" (SPV-компания группы) прошло оферту по дебютным облигациям на 568,584 млн руб. (к погашению было предъявлено чуть более половины трехлетнего выпуска на 1 млрд руб., размещенного в июле 2007 года).

В середине марта "Домоцентр" заявил о намерении продать часть находящихся у него в собственности объектов недвижимости: 15 магазинов общей площадью свыше 36 тыс. кв. м и 3 земельных участка, стартовая стоимость которых составила 3,2 млрд руб. и 200 млн руб. соответственно (см. "Коммерсантъ-Новосибирск" от 19 марта). Одной из причин продажи ритейлер называл стремление "снизить долг перед банками в связи с возросшими процентными ставками". По данным отчета ООО "Холдинговая компания "Домоцентр"" за четвертый квартал 2008 года, задолженность компании со сроком погашения менее года составила 38,746 млн руб., свыше года — 665,47 млн руб.

Согласно презентации Ernst & Young, в 2009 году российский рынок товаров для дома будет зависеть от снижающихся объемов продаж жилой недвижимости. "В отличие от европейских рынков, российский по-прежнему остается слаборазвитым и фрагментированным", — поясняют аналитики. По итогам 2007 года десять крупнейших российских ритейлеров ("Домоцентр" находится на 10-м месте) суммарно занимали только 21% рынка при его объеме \$14,1 млрд, а, например, во Франции Топ-3 контролирует около 65% рынка.

О готовности инвестировать в этот рынок успели заявить многие бизнесмены. Например, в июне прошлого года экс-совладелец "М.Видео" Александр Зайонц, выручивший в ходе IPO компании порядка \$120 млн, объявил об открытии в России магазинов австрийской Kika Group. Расширить свое присутствие на рынке недавно решил и владелец лесопромышленной корпорации "Илим Палм" Захар Смушкин: подконтрольная ему сеть "Старт" ведет переговоры о покупке ООО "Стройформат", оператора сети "Метрика". На прошлой неделе стало известно о покупке 75% ООО "Лавента" (оператор сети "Санта-Хаус") скандинавским фондом Hammar Invest (см. "Ъ" от 21 апреля).

◆ [Коммерсант](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Hotels

«НАЦИОНАЛЬ» ПОШЕЛ В ЛЮКС

Под новым брендом отель составит конкуренцию Ritz-Carlton

На минувшей неделе столичные власти договорились с гостиничной цепочкой Starwood Hotels & Resorts о переводе «Националя» в элитную группу отелей The Luxury Collection. С 2001 года один из старейших отелей Москвы входил в сеть Starwood под пятизвездочным брендом Le Royal Meridien, однако в течение последних полутора лет «Националь» пытался прорваться в самый высокий гостиничный сегмент. В «Национале» рассчитывают, что люксовый бренд повысит заполняемость отеля и переманит часть клиентов Ritz-Carlton. Но в перспективе и «ценник» «Националя» может догнать более дорогого соседа по Тверской.

Как рассказала РБК daily пресс-секретарь отеля Анна Амосова, «Националь» станет первым представителем Luxury Collection в России. Отказ от прежнего бренда Le Royal Meridien, также принадлежащего сети Starwood, объясняется изменением концепции самого Le Meridien, которая перестала устраивать «Националь». «Starwood не захотела терять «Националь», поэтому и предложила другой свой бренд, более статусный», — пояснила она.

По ее словам, новое соглашение между Starwood и правительством Москвы, которое владеет «Националем», было заключено на прошлой неделе. «Подготовка к этому шла более года, в том числе были начаты работы по реконструкции отеля», — заметила г-жа Амосова. В дальнейшем планируется провести еще несколько этапов реновации, в том числе организовать два президентских люкса на месте существующего фитнес-центра, а в подземной части разместятся паркинг на 50 машино-мест и SPA. В «Национале» уверяют, что средства для этих работ у отеля есть: «Прямо перед кризисом был взят кредит, и начинать работы по строительству паркинга под отелем мы готовы прямо сейчас, — утверждает Анна Амосова. — Но, думаю, строительство начнется где-то через год».

По расчетам «Националя», люксовый бренд увеличит загрузку отеля. «Для иностранцев — а бизнес-туристов у нас порядка 80% — Luxury Collection станет показателем уровня отеля. В результате мы доосвоим туристов уровня люкс, которых прежде тянули на себя наши конкуренты», — надеется г-жа Амосова. О

том, насколько вырастет загрузка отеля после присвоения ему люкс-статуса, в «Национале» предпочитают не говорить, отмечая лишь, что показатель вырастет «на какой-то процент». По собственным данным гостиницы, загрузка «Националя» в апреле составляла около 65%. «Но и сейчас мы находимся в тройке по загруженности в дорогом сегменте вместе с «Балчугом» и Ritz-Carlton, — сообщила Анна Амосова. — У других пятизвездочников дела хуже».

Данные аналитиков говорят о более слабых результатах гостиничной отрасли по итогам первого квартала. Так, загрузка люксовых отелей в Москве в среднем составила 50,7%, снизившись с 53,9% в начале прошлого года, подсчитали эксперты Smith Travel Research. В то же время в среднеценовом сегменте падение превысило 5,7%. Долларовая цена дорогих отелей сократилась на 39,5%, в среднем с 660 до 400 долл. «Значительная разница обусловлена изменением курсов валют, — объясняет старший вице-президент JLL Hotels Марина Смирнова. — Падение в рублях не такое сильное». Она также замечает, что самый важный показатель для гостиничной отрасли — доходность на номер — провалился в сегменте люкс на 43,1%.

«Верхний гостиничный эшелон сильно зависит от бизнеса. Нет бизнеса — и гостиницы просели», — говорит г-жа Смирнова. Вице-президент Федерации рестораторов и отельеров рассказывает, что сейчас очень многие отели высокого сегмента демпингуют, снижая цены. «Они идут на это, чтобы обеспечивать загрузку и не сильно терять в обороте», — поясняет он. В то же время эксперты сомневаются, что в нынешней ситуации люксовый бренд поможет «Националю». «Не уверена, что имя сильно влияет на загрузку, но «Националь» сможет заявить о своем более роскошном статусе», — полагает г-жа Смирнова.

В «Национале» пока не говорят, как изменятся расценки гостиницы в связи с переходом в дорогой сегмент. «В условиях кризиса в этом нет смысла, — объясняет г-жа Амосова. — На этот год мы оставляем прежние цены». По ее словам, стандартный номер в «Национале» сейчас стоит 15 тыс. руб. в сутки, а люкс — 24 тыс. руб. «В Ritz-Carlton цены начинаются от 25 тыс. руб.», — замечает она. Однако эксперты считают, что «Националю» не следует сравниваться в цене с соседом: в ближайшие два года на «пяточке» вблизи Тверской развернется ожесточенная ценовая борьба между Ritz-Carlton, Luxury Collection National и Four Seasons, который должен все-таки открыться на месте «Москвы».

◆ [РБК daily](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

2009

Commercial Real Estate Market
DIGEST NEWS

27 апреля, № 63

Если вы не хотите получать дайджест Colliers International по рынку коммерческой недвижимости, вы можете отказаться от последующих рассылок, нажав на ссылку [Удалить из списка рассылки](#)

COLLIERS
INTERNATIONAL

Our Knowledge is your Property