

## Offices/General

### «Империя Тауэр» будет достроена

MCG Павла Фукса займет 4,5 млрд рублей у ВТБ на завершение проекта.

### «Лидер» осматривает «Эрмитаж плаза»

УК может купить штаб-квартиру "Вымпелкома".

### Компании избавляются от собственных зданий

От корпоративных зданий собственники избавляются в последнюю очередь, хотя они считаются наиболее инвестиционно привлекательными на офисном рынке.

## Retail

### Инвестор для «М.видео»

Prosperity Capital Management оказалась миноритарием «М.видео» и выдвинула пять кандидатов в совет директоров.

### Silvano оставит в России белье

Группа закрывает магазины одежды из-за падения продаж.

### «СтартМастер» планирует в 2009 году открыть 10 магазинов

Группа компаний "СтартМастер", развивающая одноименную федеральную розничную сеть по продаже цифровой электроники планирует в 2009 году открыть 10 магазинов в городах России.

## Warehouse

### Пересидеть или переехать?

В I квартале 2009 г. складское предложение в Московском регионе пополнилось всего на 60 000 кв. м.

## Hotel

### Hotels Get Creative to Keep Occupancy Up

Gone are the days of sky-high hotel rates that reached higher than most other European capitals. To keep occupancy rates up, Moscow hotels are learning that they'll have to start bargaining.

## Regions

### Доходное место: Коммерческий декаданс

Весной арендные ставки и заполняемость петербургских бизнес-центров, а также торговых комплексов продолжали снижаться.

### Mirax сдает Украину

Mirax Group Сергея Полонского продает свое украинское подразделение, которое строит в центре Киева комплекс Mirax Plaza, компании AEON Романа Троценко.

### Местный ассортимент

«Ашан» меняет систему закупок в регионах. Теперь локальные менеджеры смогут сами формировать ассортимент за счет местных поставщиков.

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](#)

## Offices/General

### **«ИМПЕРИЯ ТАУЭР» БУДЕТ ДОСТРОЕНА**

*МСГ Павла Фукса займет 4,5 млрд рублей у ВТБ на завершение проекта*

Девелоперская компания MosCityGroup (MCG) Павла Фукса договорилась с ВТБ о предоставлении 4,5 млрд руб. на достройку Imperia Tower в деловом центре «Москва-Сити». Банк выделяет средства сроком на год с возможностью пролонгации. Обеспечением по кредиту выступают площади будущего комплекса Imperia Tower. По данным одного из банкиров, работающих с девелоперами, обеспечение по кредиту обычно оценивается по справедливой цене с учетом дисконта минимум в 40%.

Соглашение между ЗАО «Флейнер-Сити», дочерней компанией MCG, и банком ВТБ было подписано в минувшую пятницу. Как рассказал РБК daily председатель совета директоров MCG Павел Фукс, общий объем кредита на завершение проекта Imperia Tower составит 4,5 млрд руб. «Компания уже получила первый транш в размере 1,069 млрд руб.», — уточнил г-н Фукс. Пресс-служба ВТБ вчера подтвердила факт подписания соглашения.

Нынешнее кредитное соглашение не первый опыт сотрудничества MCG и ВТБ в рамках проекта Imperia Tower. В декабре 2007-го и мае 2008 года девелопер получил от банка два транша общим объемом 2,122 млрд руб. Срок этих кредитов так же, как и нового, истекает в 2010 году. Правда, в MCG уточняют, что по условиям соглашения срок последнего кредита может быть продлен. На сегодняшний день в строительство Imperia Tower уже инвестировано 7,5 млрд руб. Общая площадь объекта составит 293,1 тыс. кв. м, в том числе 76,7 тыс. кв. м офисов и 45 тыс. кв. м апартаментов.

Средства на Imperia Tower были предоставлены под залог имущественных прав — части площадей в самой башне, однако их объем не раскрывается. Напомним, что в рамках кредитных соглашений с рядом девелоперов заложенные «квадраты» отошли банкам. Тот же ВТБ получил 75% минус одна акция УК «Динамо», реализующей застройку стоимостью 45 млрд руб. в Петровском парке, а также контрольный пакет «Системы-Галс». Около 60 тыс. кв. м апартаментов в «Городе

столиц», который строит в «Москва-Сити» Capital Group, получил Сбербанк, пролонгировавший девелоперу долг в 400 млн долл., а также увеличивший объем соинвестирования в проекте на 180 млн долл.

Как рассказал РБК daily представитель крупного банка, работающий с девелоперами, обеспечение кредита обычно оценивается по справедливой цене с учетом дисконта минимум в 40%. «Итоговая стоимость залога для банка формируется где-то между этим параметром и ликвидационной стоимостью объекта», — уточнил собеседник РБК daily. Среднюю рыночную стоимость офисов в «Москва-Сити» эксперты оценивают не ниже 10 тыс. долл. за 1 кв. м, апартаментов — 20 тыс. долл. за 1 кв. м.

Участники рынка недвижимости полагают, что ВТБ мог бы быть заинтересован в жилой части Imperia Tower. Банк уже владеет 60 тыс. кв. м офисов в «Федерации» Mirax Group, в которые он не успел пока переехать из-за внезапно разразившегося кризиса. В то же время, по словам г-на Фукса, почти все апартаменты в Imperia Tower уже проданы. «Офисы мы планировали сдавать в аренду, но, видимо, будем все же продавать. Недавно был запущен пилотный проект по продаже офисов на одном из этажей небольшим метражом — от 40 кв. м, в результате которого было реализовано более половины этажа», — заметил глава MCG.

◆ [РБК daily](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## **"ЛИДЕР" ОСМАТРИВАЕТ "ЭРМИТАЖ ПЛАЗА"**

*УК может купить штаб-квартиру "Вымпелкома"*

Владельцем бизнес-центра "Эрмитаж плаза" на Садовом кольце, в котором располагается штаб-квартира "Вымпелкома", может стать управляющая пенсионными деньгами "Газпрома" УК "Лидер". Девелоперу и собственнику объекта — компании Forum Properties — приходится продавать объект, чтобы расплатиться с Альфа-банком, кредитовавшим строительство "Эрмитаж плаза". Сумма сделки может составить \$160-180 млн. До кризиса бизнес-центр стоил около \$250-300 млн.

О том, что Forum Properties ведет переговоры о продаже УК "Лидер" своего бизнес-центра "Эрмитаж плаза" (общая площадь — 42 тыс. кв. м), "Ъ" рассказали сразу несколько консультантов. Основным арендатором офисного здания на Краснопролетарской улице в районе станции метро "Новослободская" является сотовый оператор "Вымпелком", подписавший еще в августе прошлого года с собственником объекта десятилетний договор аренды 30 тыс. кв. м. Сделка может закрыться не ранее чем через три-четыре месяца, уточнил один из собеседников "Ъ". "Это объясняется тем, что собственник планирует создать закрытый паевой инвестиционный фонд недвижимости (ЗПИФН), куда будет внесен этот объект, и покупателю будет предложено выкупить паи", — говорит консультант. Но, добавляет он, для создания ЗПИФН Forum Properties необходимо решить вопрос с кредитором объекта — Альфа-банком, у которого "Эрмитаж плаза" находится в залоге. Собеседник "Ъ" оценивает текущую задолженность Forum Properties перед этим банком в более чем \$100 млн. Один из консультантов, знакомый с переговорным процессом, сообщил, что сумма сделки может составить \$160-180 млн.

Финансовый директор Forum Properties Сергей Воронов подтвердил "Ъ" факт переговоров с УК "Лидер". "Мы обсуждали этот вопрос (возможную продажу объекта.— "Ъ") с "Лидером", — пояснил господин Воронов, отметив, что в приобретении "Эрмитаж плаза" заинтересованы еще несколько компаний. Назвать их Сергей Воронов отказался. "Если мы не договоримся о продаже, то тогда попытаемся реструктуризировать кредит перед Альфа-банком", — добавил собеседник "Ъ". Директор по корпоративным коммуникациям УК "Лидер" Юлия Высоцкая подтвердила интерес УК к "Эрмитаж плаза".

УК "Лидер" зарегистрирована в 1993 году. Управляет пенсионными деньгами "Газпрома". На 1 июля 2008 года под управлением компании находилось 283,7 млрд руб. Основной акционер (75% плюс одна акция) — "Согаз". Через УК в интересах "Газпрома" проводятся многие имущественные сделки с дальнейшей перепродажей активов третьим лицам.

Сегодня на рынке не так много покупателей, готовых заключать многомиллионные сделки, и УК "Лидер" — одна из таких компаний, отмечают консультанты. В начале марта УК подтвердила свой интерес к недвижимости ОАО "Мосэнерго" (см. "Ъ" от 3 марта), которую планируется выставить на конкурс. Среди зданий, оцениваемых экспертами в \$118 млн, — штаб-квартира ОАО на Раушской набережной. "Условия

конкурса по зданиям "Мосэнерго" до сих пор не обнародованы",— отметила Юлия Высоцкая.

"Сегодня на продажу выставлены практически все построенные за последние годы объекты коммерческой недвижимости. Из-за падения стоимости аренды у девелоперов почти на 40% упала выручка, при этом многие банки повысили ставки по уже выданным кредитам (с 14% в рублях до более чем 20%)",— говорит управляющий партнер Московской центральной биржи недвижимости Артем Цогоев. Арендаторы все чаще стали отказываться переезжать в новые офисы по договорам аренды, заключенным до осени 2008 года, требуя или снижения арендных ставок, или расторжения контракта (см. "Ъ" от 3 февраля). Согласно отчету Cushman & Wakefield Stiles & Riabokobylko, уровень вакантных площадей на московском офисном рынке вырос до 21,8% (до кризиса — около 6%).

"Несмотря на огромный объем предложения, сделок практически нет. Покупатели требуют больших скидок, а продавцы к ним еще не готовы",— говорит управляющий директор Jones Lang LaSalle Владимир Пинаев. По его оценкам, до кризиса бизнес-центр "Эрмитаж плаза" мог стоить около \$250-300 млн.

◆ [Коммерсант](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## **КОМПАНИИ ИЗБАВЛЯЮТСЯ ОТ СОБСТВЕННЫХ ЗДАНИЙ**

От корпоративных зданий собственники избавляются в последнюю очередь, хотя они считаются наиболее инвестиционно привлекательными на офисном рынке. В период бурного роста экономики строительство собственного бизнес-центра или покупка здания с последующей реконцепцией стали показателем успешности и состоятельности компании, говорит Максим Полетаевкин, руководитель отдела коммерческой недвижимости консалтинговой компании Russian Research Group (RRG).

### **Имидж стоит дорого**

Как отметила Ольга Збруева, руководитель проектного отдела компании Astera, в России в отличие от развитых стран строительство объектов под конкретный заказ все же довольно редкое явление. Что связано в первую очередь с низкой рентабельностью. «Расходы на содержание БЦ сопоставимы с расходами на аренду

офисных площадей», — объясняет Маргарита Трофимова, директор департамента консалтинга и оценки Vecar Realty Group.

Заказчиками выступали в основном сырьевые гиганты, банки или крупные иностранные компании, для которых собственное здание — это неотъемлемая часть имиджа. Обычно компании предпочитают арендовать целиком уже почти готовые объекты, отмечает Збруева.

В Colliers International подсчитали, что за последние два года в Москве под заказ было построено менее 10 офисных центров. В частности, в Лучниковом переулке, 7/4, стр. 2, возведено здание для банка «Возрождение», на 2-й Брестской улице, 34, — для Альта-банка, на Ленинградском шоссе, 71В, — для Metro Cash & Carry, в Мясницком проезде, 5/28, стр. 1-1а, — для УК «Энергосфера», на ул. Профсоюзной, вл. 125, стр. 1, — для «КомСтрина», на ул. Волочаевской, вл. 5, корп. 1, — для компании «Крок», а для «Система-Галс» был построен офисный центр на ул. Моховой, 13.

Одной из крупнейших сделок I квартала 2009 г. в столице, по данным Knight Frank, стала покупка Сбербанком России у компании Midland Development БЦ класса В+ «Южный порт» (2-й Южнопортовый проезд) общей площадью 55 080 кв. м. Ранее банк являлся арендатором этого здания.

### **Давление обстоятельств**

Корпоративные БЦ попадают на рынок недвижимости крайне редко и под влиянием серьезных обстоятельств. Например, в 2008 г. состоялась сделка по продаже БЦ «Нефтяной дом», являющегося штаб-квартирой РАО «ЕЭС России». Причиной стала ликвидация энергохолдинга (до момента окончания своей реорганизации компания останется только арендатором площадей). «В чьих интересах действует покупатель («Интерцессия»), не раскрывается, однако объект признан перспективным с точки зрения инвестиционных вложений», — отмечает Ольга Збруева.

Другой пример — выход на рынок здания на Олимпийском проспекте, 6. В конце 2007 г. оно было приобретено для нужд некой компании, чтобы после завершения реконструкции разместить в нем центральный офис. На данный момент работы на объекте площадью 12 000 кв. м практически завершены, но, не дождавшись новоселья, компания выставила объект на продажу. Главным условием сделки

является возможность заключения договора аренды на все площади с новым собственником.

Ввиду небольшого количества корпоративных БЦ каждый случай продажи или нового строительства является уникальным и решение о судьбе объекта принимается в индивидуальном порядке, рассказывает Збруева. БЦ «Башни «Сименс», строительство которого вела компания «Система-Галс» для компании Siemens (выступает соинвестором проекта), в 2008 г. был переименован в «Ленинградский Тауэрс», но строительство так и не было завершено. В настоящее время стройка законсервирована, информации о продаже недостроя нет.

Новые проекты на рынке в настоящее время носят единичный характер. Так, в марте 2009 г. российское подразделение компании Bosch подтвердило планы строительства офисного комплекса для собственных нужд в районе «Шереметьево-2» (впервые о проекте было объявлено весной 2008 г.). Начало работ запланировано на 2010 г. В комплекс войдут офисные площади, складские помещения, центр обучения, сервисный центр и парковка.

Тем не менее на фоне общего роста вакантных площадей (по данным «Нового качества» — 17%) наблюдается интерес к офисным особнякам со стороны «небольших компаний и индивидуальных инвесторов» (Knight Frank). При заключении сделок инвесторы, как правило, ориентируются на доходность не менее 15-20% годовых. Аналитики Knight Frank считают, что при долгосрочном горизонте инвестирования уже сегодня существуют возможности для того, чтобы выбрать интересные по соотношению «цена/качество» проекты и с минимальными затратами занять целевые ниши рынка.

◆ [Ведомости. Стены бизнеса](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## Retail

### **ИНВЕСТОР ДЛЯ «М.ВИДЕО»**

Prosperity Capital Management оказалась миноритарием «М.видео» и выдвинула пять кандидатов в совет директоров. Список из 14 кандидатов в совет есть в материалах к годовому собранию акционеров ритейлера: на девять мест претендуют все действующие члены совета и пятеро новых — от Prosperity Capital Management.

Акционер, владеющий более чем 2% акций общества, может выдвигать кандидатов в совет директоров, говорит Денис Давыдов, директор по связям с инвесторами «М.видео».

В отчете Prosperity за апрель 2009 г. указано, что акции (размер пакетов не указан) «М.видео» есть у двух фондов: Prosperity Cub Fund и Prosperity Russia Domestic Fund. Размер пакета в отчете не указан. Источник, близкий к одному из фондов, говорит, что речь идет о 6-7%, акции покупались на бирже в 2008-2009 гг. Вчера капитализация «М.видео» на ММВБ на закрытие — 12,5 млрд руб., таким образом, пакет Prosperity вчера стоил 876 млн руб. «Компания инвестирует в лидеров розницы и старается участвовать в корпоративном управлении», — сказал директор Prosperity Алексей Кривошапко, отказавшись от других комментариев.

В годовом отчете фонда Prosperity Voskhod указано, что фонды Prosperity контролируют около 15% «Дикси». Они будут делегировать своих кандидатов в совет директоров на годовом собрании 30 июня, знает инвестбанкир. А сотрудник Prosperity Маттиас Вестман уже входит в совет директоров «Магнита» (фонд контролирует около 2% ритейлера). Исходя из вчерашней капитализации доли Prosperity стоят 1,6 млрд и 1,8 млрд руб. соответственно.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## **SILVANO ОСТАВИТ В РОССИИ БЕЛЬЕ**

*Группа закрывает магазины одежды из-за падения продаж*

Эстонский холдинг Silvano Fashion Group заявил, что разочаровался в российском рынке и поэтому решил закрыть ряд магазинов. Будут закрыты все магазины одежды РТА, исчезнут и магазины нижнего белья Oblicie — часть из них будет закрыта, часть переименована в Milavitsa. В отчете Silvano Fashion Group говорится, что продажи в России в результате кризиса снизились значительно больше, чем в других странах СНГ и Балтии. Однако эксперты считают, что эстонцы просто не выдержали конкуренции.

Холдинг Silvano Fashion Group основан в Эстонии в 2006 году. В него входят белорусская Milavitsa (производство белья), эстонская РТА (производство женской одежды), латвийская AS Lauma Lingerie (производство женской одежды и белья), ряд розничных сетей. В России холдинг представляет компания «Линрет», созданная для развития сети магазинов Oblicie. Акции компании торгуются на Варшавской и Таллинской фондовых биржах. Выручка в 2008 году составила 108,3 млн евро, чистый убыток — 7,6 млн евро (в 2007 году компания получила чистую прибыль в размере 12 млн евро).

О закрытии в России магазинов женской одежды под маркой РТА говорится в квартальном отчете Silvano Fashion Group. В первом квартале 2009 года было закрыто 11 магазинов в Москве и Петербурге, во втором закроются два оставшихся. В этом году компания собирается сфокусироваться на развитии бельевой розницы по программе франчайзинга. Однако бренд Oblicie также перестанет существовать на российском рынке. В первом полугодии 2009 года будет закрыто два магазина, во втором — еще восемь. Оставшиеся три магазина должны быть переименованы в Milavitsa.

Таким образом, первый квартал 2009 года Silvano Fashion Group закончила с 39 магазинами в России (всего у компании 119 магазинов), тогда как в прошлом году их было 52. В 2007 году эстонцы обещали довести количество магазинов в России до сотни. Свои неудачи на российском рынке компания объясняет нестабильной экономической ситуацией и падением курса рубля и потребительского спроса. Согласно отчету в России продажи в первом квартале упали на 5 млн евро, до 9

млн евро. На Украине также было падение продаж — с 2 млн до 1 млн евро, а в Белоруссии они, наоборот, выросли на 35 тыс. евро, до 4,5 млн евро.

Спрос на одежду и нижнее белье в России действительно упал. Согласно результатам исследования «Комкон», в первом квартале 2009 года 31% опрошенных в возрасте от 16 лет отказался от покупки одежды и обуви, 15% респондентов приобрели более дешевые марки. Тем не менее экономичные марки, конкурировавшие с РТА, по данным «Комкон», показали рост продаж в первом квартале: так, одежду в магазинах «Твое» стали покупать 7% женщин вместо 4,5% в прошлом году, на 1,2 п.п. увеличилась аудитория марки Sela (до 7,4%), марке Gloria Jeans отдали предпочтение 7,8% опрошенных против 6,9% в прошлом году. Эксперты полагают, что Silvano Fashion Group просто не выдержала конкуренции в России. «Оба бренда — РТА и Oblicie — совершенно не известны потребителю. В них нет ничего необычного, а стоили они дороже российских аналогов», — поясняет менеджер одной из сетей женской одежды. «Silvano Fashion Group в основном занимается оптовой торговлей, а в России более востребована розница», — добавляет генеральный директор Fashion Consulting Group Анна Лебсак-Клейманс.

◆ [РБК daily](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## **"СТАРТМАСТЕР" ПЛАНИРУЕТ В 2009 ГОДУ ОТКРЫТЬ 10 МАГАЗИНОВ**

Группа компаний "СтартМастер", развивающая одноименную федеральную розничную сеть по продаже цифровой электроники планирует в 2009 году открыть 10 магазинов в городах России, сообщили РИА Новости в компании.

"В этом году у нас запланирована стратегия улучшения локации существующих магазинов, в первую очередь, и, конечно же, открытие новых магазинов. В общей сложности мы откроем 10 магазинов в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге, Западной Сибири", - сказал собеседник агентства.

С начала года "СтартМастер" уже открыла по одному магазину в Москве и Барнауле, а 30 мая откроет магазин в Ростове-на-Дону. Инвестиции компания не раскрывает.

# Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

28 мая, № 79

Сеть магазинов цифровой электроники "СтартМастер" (входит в группу компаний "СтартМастер") насчитывает 49 магазинов: 27 - в Москве и Московской области, 7 - в Санкт-Петербурге, 9 - в Алтайском регионе, 5 - в Кемеровской области и один в Ростове-на-Дону (30 мая откроется второй).

Ассортимент магазинов "СтартМастера" - более 5 тысяч наименований электроники: компьютеры, ноутбуки, телевизоры, домашние кинотеатры, игровые приставки, мобильные телефоны, MP3-плееры, фото- и видеокамеры, а также различные аксессуары.

ГК "СтартМастер" объединяет четыре бизнес-подразделения: федеральную розничную сеть цифровой электроники "СтартМастер", производство компьютеров и серверов под торговой маркой StartMaster, а также Интернет-магазин smart.ru. и сервисную службу.

◆ [РИА Новости – Недвижимость](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## Warehouse

### **ПЕРЕСИДЕТЬ ИЛИ ПЕРЕЕХАТЬ?**

В I квартале 2009 г. складское предложение в Московском регионе пополнилось всего на 60 000 кв. м, подсчитали аналитики Knight Frank: компания Brac Capital завершила строительство логистического комплекса в Лобне (40 000 кв. м) и Raven Russia сдала 20 000 кв. м (одно здание) в 1-й очереди в South Logistic Terminal. Для сравнения: за аналогичный период 2008 г. было введено в эксплуатацию 125 000 кв. м. По информации Knight Frank, «доля вакантных площадей к февралю 2009 г. достигла 5% и немного снизилась в марте».

### **Лежать и не шевелиться**

Консультанты ожидают во II квартале ввода еще примерно 200 000 кв. м комплексов класса А. «Они к моменту окончания строительства, вероятно, будут свободны на 40-50%, и тогда общий уровень вакантных помещений вырастет до 7%», — говорится в отчете Knight Frank. Осторожные предположения брокеров сами девелоперы признают слишком оптимистичными.

В ответ на вопрос журналиста «Ведомостей» «Как вы держитесь на плаву?» в одной из компаний, занимающихся (или, вернее сказать, занимавшихся) складским девелопментом, честно признались: «Лежим на спине, раскинув лапки, и не шевелимся, чтобы случайно не утонуть». Новые проекты никто не начинает, а те, что не прошли точку невозврата к осени 2008 г., как образно выразился Петр Зарицкий из Jones Lang LaSalle, сейчас заморожены. Достраиваемые или, что еще хуже, строящиеся объекты клиенты уже который месяц обходят стороной. «Если компания вошла в [складской] проект в 2008 г. на пике себестоимости, ее сейчас не спасешь даже высокими ставками, которые сегодня недостижимы», — полон сочувствия к девелоперам Вячеслав Холопов из Knight Frank.

В I квартале на складском рынке все бегали: консультанты — за клиентами, арендаторы — от арендодателей, последние — за кредитами. По признанию «топовых» брокеров, ни одной крупной сделки за этот период по аренде складов в Московском регионе заключено не было. А «Миэль — Коммерческая недвижимость» за январь — март сдала всего 4500 кв. м компаниям, занимающимся дистрибуцией компьютерной техники и электроники.

Консультанты, привыкшие работать как минимум с 10 000 кв. м, и рады были бы сдавать помещения поменьше, но клиенты, имеющие потребность в 1000-3000 кв. м, предпочитали обращаться к менее дорогостоящим брокерам или напрямую разговаривать с собственниками. «Сейчас никто не арендует [склады] на вырост. Даже логистические провайдеры перестали заниматься спекулятивными проектами. Теперь к нам хоть и приходят различные логистические компании, но часто интересуются площадями для одного и того же клиента», — рассказывает Олег Мамаев из PPK.

### **Жажда скидок**

Те, кто уже снимал склады, в I квартале собирали по рынку альтернативные предложения и приходили с ними к своему арендодателю договариваться о скидках — и, как правило, их получали: от 10% до 20%, продолжает Владислав Рябов из Colliers International. «Соглашение невозможно, если арендатор хочет иметь цену класса С в классе А», — отмечает Андрей Бушин, гендиректор «Миэль — Коммерческая недвижимость».

«Сейчас [у арендаторов] повальное желание получить скидку, невзирая на реальное состояние бизнеса в их компании. Поэтому мы реагируем только на те запросы, где открыта финансовая информация и подтверждена неплатежеспособность клиента», — говорит Алла Соловьева, исполнительный директор МЛП.

В результате таких «разговоров» запрашиваемые ставки (triple net, за 1 кв. м в год) снизились — со \$130-140 докризисных до \$110-120 «обсуждаемых». Причем нижняя граница — не предел, а повод продолжать переговоры.

«Некоторые девелоперы уже выражают готовность к переводу ставок в рубли и к заключению договоров на 1-3 года, соглашаясь уменьшить и размер минимально арендуемой площади», — оценивает ситуацию Николай Гвоздев, менеджер по маркетингу ItellaNLC. Арендаторы пока не спешат соглашаться на становящиеся все более выгодными для них предложения. Девелоперы, особенно те, у кого есть финансовая подушка безопасности, тоже выжидают.

Сейчас для недостроенных складов в ходу «предварительные договоренности» или «письма о намерениях», а не заключенные договоры. Если девелопер рапортует о «зарезервированных» 30-40%, это значит, что по поводу этих площадей он ведет

многomesячные и пока безрезультатные переговоры. «Вот, например, я готов отдавать [площади] по \$115, а арендатор просит у меня [склад] по \$90, но это только пустые слова. Я соглашаюсь, а он мне говорит, что ему не надо», — раздосадован один из опрошенных игроков рынка.

### **Игры для взрослых**

Арендаторов мало, и они предпочитают садиться на уже готовые площади. «Люди боятся недостроя», — объясняет Соловьева. «Мы у себя в офисе для разрядки напряжения в игру “Перепрофилируй свой склад” играем, — мрачно шутит один из инвесторов. — Можно, например, в торговый или развлекательный центр, но они сейчас нужны рынку еще меньше».

Компании-арендаторы ужимаются и оптимизируют логистику, отмечает Холопов. Гендиректор ГК «Инталев» Алексей Федосеев приводит пример. Крупный дистрибутор алкоголя ежедневно отправляет более 100 машин в магазины. За счет внедрения современной системы управления складской, транспортной логистикой компании удалось сэкономить более 10%. Кроме того, на 20% был увеличен охват торговых точек. «Вывод: можно увеличивать прибыль, развивая продажи, а можно — оптимизируя затраты на логистику. Что проще в современных условиях? Ответ очевиден», — резюмирует Федосеев.

Поэтому девелоперы начинают (хотя и неохотно) демонстрировать готовность не только снизить ставки, но и сделать (по запросу) отделку помещений или помочь с переездом. Предоставить дополнительные услуги вроде ответственного хранения или перейти на круглосуточное обслуживание. Согласиться на ежемесячные платежи вместо квартальных или дать отсрочку по оплате счетов. В общем, готовы работать «на минимальной марже». Но пока еще не согласны совсем от нее отказаться. Разве что «девелоперы-около-банкроты». Но публично в своей тяжелой ситуации никто не признается. По рынку, правда, ходят слухи, что в залоге у банков находится разной, в том числе и складской, недвижимости на \$30 млрд. Смена ее собственников уже началась.

◆ [Ведомости. Стены бизнеса](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## Hotel

### **HOTELS GET CREATIVE TO KEEP OCCUPANCY UP**

Gone are the days of sky-high hotel rates that reached higher than most other European capitals. To keep occupancy rates up, Moscow hotels are learning that they'll have to start bargaining. And bargain they have.

Occupancy rates at midrange and high-end hotels averaged 50 percent in March, down from 65 percent to 66 percent over the same period last year, while occupancy rates averaged 60 percent for the first quarter as a whole, said Igor Roganovich, associate director of strategic consulting at Knight Frank.

Though the data are getting progressively better over the high season -- late May to early June -- hotels have gotten creative in their efforts to entice businessmen and tourists to travel, said Marina Usenko, executive vice president at Jones Lang LaSalle Hotels. "Hotels until recently were very arrogant about setting their prices very high and expecting the customer to pay retail prices," Usenko said. "Now, corporations are renegotiating their contracts and saying, 'We want lower rates and more perks and services.'"

While Moscow's five-star hotels could afford to charge as much as \$850 per night just a year ago, now prestigious locations are asking for \$525 on average. "In general, the hotels kept their rates in rubles at the same price as last year, which means an actual discount of 20 to 30 percent because of the devaluation of the ruble," Roganovich said.

While Moscow's heavily business-oriented traveler base lacks the leisure guests that continue to drive occupancy rates in London and Paris, the city's perpetual shortage of hotel rooms has put it in a better position than some of its smaller Western neighbors. There are 67 percent fewer hotels per capita in Moscow than in London and Berlin and 83 percent fewer than in Prague, according to Knight Frank, and overcrowded hotel sectors in places like Budapest and Berlin contributed to declining revenues in March.

In Russia, Moscow is faring better than St. Petersburg, which depends primarily on

leisure travel, Usenko said, but hotels still must find ways to bring this year's figures closer to last year's.

"Hotel operators are focused on getting big groups, sports teams and tour groups to support occupancy rates and are offering big discounts on accommodation and conferences," said Veronika Kartashova of Cushman & Wakefield. "In some cases, the groups don't even pay for the actual room fees."

Le Royal Meridien National Hotel, a member of Starwood Hotels & Resorts, is giving discounts of 35 percent to 50 percent off the retail price, depending on the hotel's occupancy, and offering a fixed 65 percent discount for groups of more than 10 people, the hotel's spokeswoman Anna Amosova said. Having seen the number of business visitors fall 30 percent and the number of leisure travelers drop 40 percent, the National has dropped prices on rooms and conferences, she added.

While few major corporations have been able to eliminate business travel completely, most have made some effort at least to cut back, Roganovich said.

Manfred Barnett, a guest at Hilton's Leningradskaya Hotel, said his employer Barclay's had issued a blanket ban on all but essential travel -- a decision that could only be made by the company's chief financial officer. Traveling for business, Barnett said he and his colleagues had been given a corporate discount. And room availability has increased as well, leaving Barnett with more customer choice than in previous years, when he spent most of his time traveling to Africa. "Last year, I had difficulty getting into my preferred hotel in Uganda," he said.

Emptier hotels mean greater choice for guests, said Tom Flanagan, regional director of Rezidor Hotel Group, which operates the Park Inn and Radisson Hotel brands in Moscow. "Less pressure on the market is reflected in more rooms available and more choice for the customer," he said.

Besides suffering from a loss of business guests, hotels are also seeing corporations book fewer, if any, conferences -- formerly a major source of revenue. "The conference business has taken a major hit because it's a luxury corporations can do without now," Usenko said. "All these endless conferences that we saw over the past couple of years are now getting rescheduled or postponed for a year to see how things are, or people just can't afford to pay for them." "All the hotels are experiencing this," she added.

# Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

28 мая, № 79

Amosova said the number of conferences at the National had dropped 20 percent compared with last year. "To support our conference facilities, we had to seriously reduce the rates," she said. "Last year, we used to sell the three-course menu for private events at 1,700 rubles, now the rate is 1,290 rubles (\$41). The banquet rate per person last year was 2,300 rubles -- now it's only 1,600."

As conferences were a major revenue earner for hotels, now many are being forced to get creative on the cost-cutting side, Usenko said. "The hotels are trying to either scale down the staff numbers or not replace staff if people leave," she said. Four-star hotels averaged a 50 percent occupancy rate in January, compared with 39 percent for five-stars, and while some independent hotels might close up shop this year, a number of chains have been doing just fine -- at least during certain periods of the week, Usenko said. "On certain days, the centrally located hotels might be 80 to 90 percent occupied," she noted.

Sitting in the Marriott Grand's crowded bar lounge on Tuesday night, a businessman from Manchester who declined to give his name said he had not noticed a drop in clientele in business destinations ranging from Moscow to London. "If I look around, I ask myself, 'What recession?'" the man said. And he promptly turned back to the colleague sitting next to him -- and his nightcap.

◆ [The Moscow Times](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## Regions

### **ДОХОДНОЕ МЕСТО: КОММЕРЧЕСКИЙ ДЕКАДАНС**

Весной арендные ставки и заполняемость петербургских бизнес-центров, а также торговых комплексов продолжали снижаться. В среднем долларовые расценки упали вдвое, если сравнивать с докризисным уровнем. Хотя само определение «средний» очень плохо подходит к нынешнему рынку аренды, где все определяют индивидуальные договоренности. Девелоперы стремятся завершить стройки с высокой степенью готовности и в принципе не рассматривают новые проекты. Инвестиционные сделки единичны, зато наглядно характеризуют актуальные тенденции и уровень доходности, на который рассчитывают фонды-могикане.

#### **Жизнь по средствам**

Предложение офисов в аренду в Петербурге велико, как никогда. Вакансии есть даже в зданиях, которые на протяжении нескольких лет имели внутренний лист ожидания и практически не выставляли помещения в открытый листинг. «Рынок очень динамичен. К апрелю объем свободных площадей достиг 249 650 кв. м. Для сравнения: в декабре пустовали 204 380 «квадратов». В итоге за квартал доля вакансий выросла с 15% до 17,9%», — комментирует старший аналитик отдела экономических и стратегических исследований Jones Lang LaSalle Вероника Лежнева.

Если в бизнес-центрах категории В свободны, по данным аналитиков, 10-15% помещений, то в классе А — уже 25-30%. Здания, которые вышли на рынок в 2009 г., по данным Knight Frank St. Petersburg, и вовсе заполнены лишь на 25%. Аналитики Vesar Realty Group говорят о 27%.

Загрузка комплексов резко различается по деловым зонам. На окраинах дела обстоят хуже всего. По данным Colliers International, в зоне «Старая деревня» (Приморский р-н) пустует 66% площадей, в зоне «Московский-Юг» — 65%, в зоне «Порт» — 55%, а в «Пулково 3» — все 90%. Все перечисленные территории активно развивались в последние 1,5-2 года. Так, в зонах «Московский-Юг» и «Пулково 3» 100% офисных комплексов датировано 2008-2009 гг. В «Старой деревне» на долю такого предложения приходится 70%.

Разброс цен на офисные площади более-менее аналогичного качества беспрецедентный. Верхнюю планку — 800 евро за 1 кв. м в год (речь о запрашиваемой ставке) — держит «Дом Зингера» на Невском. За аренду в «Доме Швеции» на М. Конюшенной просят \$850, а за \$400-500 можно снять помещение в «Белых ночах» на М. Морской — оба объекта относятся к классу А и располагают вакансиями.

За I квартал рублевые цены аренды снизились, по данным Jones Lang LaSalle, в среднем на 12%: более 13% уступили объекты класса В, 10,5% — класса А. По наблюдениям Vesar Realty Group, актуальный диапазон ставок составляет 1200-2200 руб. для зданий уровня А, 700-1600 руб. — для В-класса и 500-1000 руб. — для объектов категории С.

Девелоперы офисных новостроек в борьбе за клиентов вынуждены демпинговать. В 27-этажном бизнес-центре класса В+ «Атлантик-Сити» на ул. Савушкина, завершеном в I квартале, актуальная ставка аренды составляет 850 руб. за 1 кв. м в месяц, «включая все». Эта цена в 2,5 раза меньше, чем до кризиса, когда начиналась арендная кампания. В результате владельцу комплекса — компании «Атлантик» к апрелю удалось заполнить примерно половину площадей. Кроме скидок арендаторы могут рассчитывать на разнообразные бонусы: бесплатные парковочные места, арендные каникулы на переезд, отделку офиса под ключ и т. д.

Сжавшийся спрос ориентирован в основном на самые маленькие помещения — по 30-50 кв. м. Но рынок субаренды пока развит слабо. Арендаторы предпочитают возвращать «излишки» собственникам, а те принимают их, опасаясь, что иначе клиент просто съедет.

В торговых комплексах уровень вакансий по итогам I квартала 2009 г. составил, по данным Praktis CB, в среднем 12%. По итогам 2009 г. загрузка может снизиться до 70-85%, полагают специалисты АРИН. Впрочем, уже сейчас в объектах в не самых лучших местах и/или с не самой удачной концепцией доля свободных площадей достигает 30% и более. Например, по наблюдениям экспертов Vesar Realty Group, в «Северном молле» на пр-те Культуры пустует около 80% помещений. Из рискованных ТЦ съезжают сетевые магазины и якоря: «Шатура» и Forum уходят из «Масштаба», «Санта Хаус» — из «Масштаба» и «Подсолнуха» и т. п.

За первые три месяца 2009 г., по оценке Colliers International, арендные ставки в ТЦ снизились в пределах 10-30%. Все чаще в договоренностях между собственниками и операторами фигурирует комбинированная схема оплаты: базовая ставка плюс процент от оборота (как правило, 6-8%). Хотя торговцы предпочли бы вообще обойтись без фиксированной суммы и отдавать за аренду 10-12% от оборота магазина. В отдельных случаях владельцы соглашаются и на это. Характерный пример: в марте торговые марки Egle (обувь) и Message (одежда) арендовали по соседству две встройки на Невском проспекте, 32-34 (прежде эти площади занимал магазин сети «Арбат Престиж»). Несмотря на «суперлокацию», ставки будут зависеть от ежемесячного оборота. «В кризис плата за аренду в виде доли от валовой выручки — нормальная практика, предполагающая партнерские отношения между собственником и арендатором, — говорит Людмила Рева, директор департамента Astera St.Petersburg (брокер сделки). — Для операторов одежды и обуви это, как правило, 10-15% от оборота».

В целом в стрит-ритейле кризисные тенденции более заметны, чем в торговых центрах. Это неудивительно: рынок встроек, особенно на лучших торговых магистралях, был перегрет. Прошлым летом максимальные ставки на Невском проспекте достигали \$10 000 за 1 кв. м в год. Актуальные расценки в историческом центре укладываются в диапазон \$800-3000, по данным Astera St.Petersburg. Эксперты этой фирмы оценивают их падение только за I квартал в среднем в 30% (в долларовом и рублевом эквиваленте). «В целом по рынку торговых помещений ставки откатились на уровень 2005-2006 гг., — отмечает директор по исследованиям и консалтингу в недвижимости ГК «Аверс» Светлана Шалаева. — В периферийных зонах, где ценники всегда были адекватными, снижение не так заметно».

С лета 2008 г., по наблюдениям Colliers International, расценки на аренду магазинов снизились на 60% на Большом проспекте П. С., а на Невском, Загородном проспекте, на Большой и Малой Морских улицах — примерно вдвое. Доля вакансий растет. На Невском и Большом проспектах сдается каждое шестое помещение: там свободно более 7700 и 3700 торговых «квадратов» соответственно.

Эта ситуация на руку продуктовым магазинам, фастфудам и другим несетевым предприятиям, работающим в недорогом сегменте, у которых прежде не было шанса занять площади в местах с высокой проходимостью, отмечает Роман

Евстратов, заместитель директора департамента торговой недвижимости Colliers International.

Усиливается ротация арендаторов. Сети урезают занимаемые площади и отказываются от нерентабельных точек. По результатам исследования, проведенного в I квартале Astera St.Petersburg, более 70% операторов бытовой техники, компьютеров и электроники приостановили развитие, а почти 10% петербургских ритейлеров закрывают бизнес в этом сегменте.

Среди сетей, покидающих рынок, в «Аверсе» называют Mesto, «Банана-маму», «Букбери», «Связной», «Беталинк», «Цифроград», сокращают количество магазинов «Детский мир», «Санта Хаус» и др.

Кстати, в апреле шведский инвестфонд Hammar Invest AB приобрел у группы «Лаверна» около 75% акций компании, управляющей сетью магазинов товаров для дома «Санта Хаус». Сейчас у ритейлера 12 магазинов (от 2500 до 5600 кв. м) в разных регионах, за последние месяцы он закрыл девять. В Петербурге в результате осталось три.

Продолжает развиваться сегмент магазинов экономкласса. Например, в апреле «АйБи Групп» (управляет центром дисконтных магазинов «Румба») объявила о подписании контракта на 860 кв. м с фирмой Nike. В феврале в «Румбе» заработал дисконтный магазин Topshop, а в мае появится сток Lacoste.

### **Девелоперы отдыхают**

В I квартале 2009 г. на рынок вышло сразу несколько крупных по питерским меркам бизнес-центров: «Линкор» на Петроградской набережной (26 300 кв. м), «Атлантик-Сити» на ул. Савушкина (примерно 25 000 кв. м), 2-я очередь «Бенуа» на Свердловской набережной — в общей сложности около 80 000 кв. м. По итогам года пессимисты ожидают не более 150 000 новых офисных «квадратов», правда, оптимисты рассчитывают не меньше чем на 250 000 кв. м.

Городское торговое пространство с начала года расширилось примерно на 70 000 кв. м за счет трех ТЦ: 2-й очереди ТРК «Феличита-Пионерская» на Коломяжском проспекте (бывший «Сити Молл»), 3-й очереди Miller Center на Комендантском проспекте и специализированного ТЦ «МебельWood» на углу Дальневосточного проспекта и ул. Коллонтай (данные Vecar Realty Group). По оценкам разных аналитиков, за год на рынок выйдет лишь 150 000-

250 000 «квадратов» — против очередного запланированного 1 млн. «По самому благоприятному прогнозу, в 2009 г. предложение торговых площадей увеличится максимум на 10%. Особенность России в том, что проекты в сфере ритейла замораживаются и в активной стадии. В Петербурге это не так заметно, поскольку энергичный девелопмент в торговом секторе закончился несколько лет назад из-за приближающегося насыщения рынка. Общеэкономический кризис наложил на эту тенденцию», — говорит Шалаева.

«Спрос на участки под строительство во всех сегментах коммерческой недвижимости упал практически до нуля. Исключения составляют лишь небольшие инженерно подготовленные площадки в развитых промзонах. Одна из основных причин — не произошло существенной коррекции цен на землю. Между тем ожидания потенциальных инвесторов по IRR (внутренняя норма рентабельности. — «Ведомости») очень высокие — 30-40%», — комментирует генеральный директор «Knight Frank Санкт-Петербург» Олег Барков.

Сделок с готовыми доходными объектами практически нет. Единственный публичный пример в офисном секторе — продажа бизнес-центра класса В+ «Грифон» на ул. Достоевского, принадлежавшего шведской компании Ruric AB. Покупателем стал фонд Storm Real Estate Fund, находящийся под управлением британской инвесткомпании и уплативший \$17 млн за объект полезной площадью около 7000 кв. м. По информации Ruric AB, чистый операционный доход «Грифона» на конец 2008 г. составлял \$2,4 млн в год. Все площади арендованы на длительный срок фармацевтической фирмой Swiss PSI Cro AG. Примерно год назад этот же фонд (тогда он назывался E-Star Property AS) собирался уплатить за здание \$29 млн, но из-за начавшегося кризиса сделка на прежних условиях не состоялась. «Сегодня западные фонды интересуются бизнес-центрами класса А, рассматривая ставки капитализации на уровне 14%. Однако это скорее прощупывание рынка. Недавно эти же инвесторы обсуждали покупки под 12%, теперь их запросы увеличились и, вполне возможно, будут расти и дальше. Это будет зависеть от общеэкономической ситуации, в частности от того, как поведут себя цены на нефть. Если положение дел ухудшится, условия сделок будут вновь скорректированы и продажи с большой вероятностью не состоятся», — рассуждает президент Bescar Realty Group Александр Шарапов.

◆ [Ведомости. Стены бизнеса](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## MIRAX СДАЕТ УКРАИНУ

Mirax Group Сергея Полонского продает свое украинское подразделение, которое строит в центре Киева комплекс Mirax Plaza, компании AEON Романа Троценко; меморандум о намерениях уже подписан, рассказал «Ведомостям» близкий к девелоперу источник. Эту информацию подтвердили Полонский и Троценко (через своего представителя).

По словам Полонского, сейчас идет обсуждение условий договора. Сумму сделки стороны отказались сообщить.

Общая площадь «Mirax Plaza Украина» — 294 000 кв. м, он состоит из офисов и апартаментов. По завершении строительства 192-метровый комплекс станет самым высоким зданием на Украине. Mirax начала возводить его в марте 2007 г., однако в конце 2008 г. компания объявила, что замораживает стройку до стабилизации ситуации на финансовых рынках. В здании на тот момент было возведено 12 этажей.

Mirax сконцентрируется на девелоперских проектах в Москве, объясняет решение о продаже Полонский. Сегодня в портфеле компании около 1 млн кв. м недвижимости в Москве. «Это хороший объект в хорошем месте и по завершении станет одним из самых качественных объектов в Киеве», — считает старший вице-президент Knight Frank Андрей Закревский. Он оценивает сумму сделки не менее чем в \$100 млн — примерно \$340 на 1 кв. м. Близкий к Mirax источник говорит о цифре более чем в \$50 млн. Закревский полагает, что компания отбила затраты.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

## МЕСТНЫЙ АССОРТИМЕНТ

*«Ашан» меняет систему закупок в регионах. Теперь локальные менеджеры смогут сами формировать ассортимент за счет местных поставщиков*

Новая система закупок в трех гипермаркетах «Ашан» в Краснодаре и Ростове начнет работать уже в июне. Схема будет внедрена во всех городах присутствия сети, с 20 мая она действует в Новосибирске, а к концу июня появится в Нижнем

Новгороде, сказала руководитель по внешним коммуникациям «Ашана» Мария Курносова.

Если раньше за выбор местных поставщиков в конкретном регионе отвечал один московский менеджер, то теперь на местах этим будет заниматься команда примерно из 25 человек, поясняет Курносова. Региональные менеджеры будут сами принимать решения, отбирать товар и заключать контракты. Также, продолжает Курносова, договор адаптируют для местных поставщиков: он будет более «простым и легким» — например, компания сможет поставлять продукцию только в один гипермаркет сети.

Сейчас более 60% ассортимента (около 45 000 наименований в каждом магазине) формируют федеральные поставщики, говорит Курносова. По ее словам, расширение сотрудничества с местными компаниями позволит быстрее подстроиться под потребности регионального рынка и оперативнее менять ассортиментную матрицу. В конце прошлого года на открытии второго «Ашана» в Ростове директор гипермаркета Паскаль Эсклангон говорил, что уже заключены контракты более чем со 100 местными поставщиками.

Генеральный директор «InfoLine аналитика» Михаил Бурмистров говорит, что «Ашан» — наиболее эффективная сеть, работающая в России. Его доля на сетевом рынке розничной торговли Ростовской области в 2008 г. составила 13,5% (\$160 млн), в Краснодарском крае — 17% (\$250 млн), отмечает он.

Изменения в системе закупок позволят улучшить ассортимент, считает аналитик «ВТБ капитала» Мария Колбина. Однако доля местных поставщиков скорее всего существенно не изменится, возможны небольшие корректировки в уже сформировавшемся пуле, добавляет она. Оценить, как новая схема повлияет на рост выручки, она не берется. Возможно, увеличится маржа за счет улучшения закупочных условий, не исключает эксперт. Бурмистров полагает, что финансовые показатели заметно не изменятся, но в долгосрочной перспективе такая закупочная политика «Ашана» усилит его конкурентные позиции и лишит преимущества региональные сети, где широко представлены местные бренды. Управляющий сетями «Гастрономчикъ» и «Марка» Дмитрий Потапенко говорит, что из-за кризиса количество поставщиков сокращается, а продукция местных сетей поможет сохранить ассортимент. «За последние четыре месяца я дважды пересматривал [ассортиментную] матрицу», — отмечает он.

# Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

28 мая, № 79

Генеральный директор ростовской компании «Хозяин» (плодово-овощные консервы «Хозяинъ») Андрей Волков говорит, что решение федерального ритейлера выгодно местным компаниям: ему, например, очень трудно достучаться до единственного менеджера по консервации в Москве. «Сейчас мы поставляем продукцию только в ростовские «Ашаны», доля от общего объема производства небольшая (цифры не раскрывает. — «Ведомости»), но хотели бы работать с этой сетью по всей России», — добавляет он. Другой поставщик «Ашана» говорит, что уже год не может договориться с московским менеджером о возвращении в сеть одного из видов его продукции. Трудно вести переговоры на расстоянии, признается он. Принципы выбора поставщика и требования к нему не изменились, но, возможно, менеджеры на местах будут более внимательны к местным производителям, надеется поставщик.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

---

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](#)