

Offices / General

Шанс для Дерипаски

Концерн Strabag продлил срок действия опциона структур Олега Дерипаски на обратный выкуп акций.

CRE News #114

Максим Гасиев – управляющий директор Colliers International – гость студии CRE News.

На месте склада хлора на юго-западе Москвы может быть построена гостиница или офис

На месте склада хлора на юго-западе столицы может быть построен офис авиакомпании "Внуковские авиалинии" либо гостиница.

Retail

Сергей Ющенко подает одежды

Экс-гендиректор "Евросети" и "Ленты" возглавит F.D.Lab.

МАРІС 2009: Итоги

С 18-20 ноября в Каннах прошла ежегодная международная выставка МАРІС.

Hotel

Отель лучше офиса

Владельцы московских офисных проектов готовы переделывать кабинеты в гостиничные номера — ради cash flow.

Regions

Гости нарасхват

Из-за резкого снижения доходности гостиничного бизнеса девелоперы выставляют проекты в Петербурге на продажу.

Лучше три звездочки

Отели Самары, ориентированные в основном на бизнес-туристов, за кризис потеряли до 50% выручки и до 40% загрузки.

Антикризисное гостеприимство

В 2009 г. в Нижнем Новгороде не открылось ни одного нового отеля. У существующих гостиниц только за первое полугодие выручка упала вдвое: с 780,7 млн руб. до 381,2 млн руб.

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

ШАНС ДЛЯ ДЕРИПАСКИ

Концерн Strabag продлил срок действия опциона структур Олега Дерипаски на обратный выкуп акций. Но пакет обойдется ему на 35,6 млн евро дороже

Олег Дерипаска может исполнить опцион по обратному выкупу 25% акций австрийского строительного концерна Strabag. Владельцы концерна продлили компании Rasperia Trading Дерипаски срок, в течение которого она может приобрести бумаги.

Срок действия нынешнего опциона истекает 18 декабря, по нему Rasperia могла выкупить 28,5 млн акций по 18 евро за 1 шт. (т. е. 513 млн евро за весь пакет). Теперь срок опциона продлен до 15 октября 2010 г., но бумаги будут стоить уже 19,25 евро (или 548,6 млн евро за весь пакет), сообщила вчера компания. При этом до 18 декабря текущего года Rasperia придется заплатить опционную премию в размере 45,867 млн евро. Эта сумма не входит в общую стоимость сделки, указано в сообщении Strabag. Представитель Strabag отказался от комментариев. Вчера к 19.15 МСК 25%-ный пакет Strabag стоил на Венской фондовой бирже 620,73 млн евро (акции подорожали за день на 1,87%). «Базэл» намерен воспользоваться правом приобретения 25% акций Strabag», — сообщил Андрей Елинсон, директор департамента корпоративного управления компании «Базовый элемент». По его словам, «Базовый элемент» и Strabag — долгосрочные партнеры, которые продолжают работать над совместными проектами. Австрийская компания в своем сообщении тоже указывает, что заинтересована в партнерстве с Дерипаской.

Снова претендовать на пакет в Strabag бизнесмену позволило его поправившееся финансовое положение, пишет Der Standard. В 2008 г., спасая бизнесмена от margin call по кредиту Deutsche Bank, где был заложен пакет Дерипаски, другие акционеры Strabag дали ему кредит на 500 млн евро. В конце апреля вместо возврата средств по этому кредиту Дерипаска отдал свой пакет, сохранив одну именную акцию и два места из семи в наблюдательном совете.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

CRE NEWS #114

Выпуск от 19.11.2009



Интервью Максима Гасиева – Управляющего директора Colliers International вы можете посмотреть на сайте www.colliers.ru

◆ [Commercial Real Estate](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

НА МЕСТЕ СКЛАДА ХЛОРА НА ЮГО-ЗАПАДЕ МОСКВЫ МОЖЕТ БЫТЬ ПОСТРОЕНА ГОСТИНИЦА ИЛИ ОФИС

На месте склада хлора на юго-западе столицы может быть построен офис авиакомпании "Внуковские авиалинии" либо гостиница, заявил генеральный директор московского государственного унитарного предприятия "Мосводоканал" Станислав Храменков в понедельник на пресс-конференции.

"В связи с переходом московской системы водоподготовки на гипохлорит натрия был ликвидирован один склад на юго-западе столицы, сейчас рассматривается вопрос строительства там гостиницы либо крупного офиса для компании "Внуковские авиалинии", - рассказал С.Храменков.

Commercial Real Estate Market

DIGEST NEWS

24 ноября, № 185

Он отметил, что также будет использована железнодорожная ветка, по которой раньше транспортировался хлор.

"Есть решение о переоборудовании этой железнодорожной ветки в трамвайную линию, которая будет связывать район станции метро "Юго- Западная" с районом Солнцево", - добавил он.

◆ [Интерфакс](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Retail

СЕРГЕЙ ЮЩЕНКО ПОДАЕТ ОДЕЖДЫ

Экс-гендиректор "Евросети" и "Ленты" возглавит F.D.Lab

Бывший гендиректор сетей салонов связи "Евросеть" и гипермаркетов "Лента" Сергей Ющенко может возглавить холдинг Fashion Distribution Lab (F.D.Lab), торгующий одежными брендами Marc O`Polo, Warehouse, Coast и др. У F.D.Lab много розничных проектов на падающем рынке (по оценке Fashion Consulting Group, в 2009 году продажи одежды, обуви и аксессуаров в России могут снизиться на 25-30%), которые предстоит объединить под управлением одной головной структуры.

О том, что господин Ющенко может стать гендиректором F.D.Lab, "Ъ" рассказал источник, близкий к холдингу. По его информации, менеджер уже участвует в переговорах с поставщиками и подрядчиками как "руководитель F.D.Lab".

Президент F.B.Lab Александр Лопатин подтвердил эту информацию. "Сейчас мы создаем управляющую компанию для всех наших проектов, которую и предложили возглавить Сергею Ющенко", — пояснил он. Господин Ющенко лишь отметил, что "давно оказывает консультационные услуги F.B.Lab", но окончательный контракт пока не подписал.

До марта 2009 года Сергей Ющенко возглавлял компанию "Евросеть": заключенный с ним в конце 2008-го трехлетний контракт этой весной был прекращен досрочно. "Вымпелком" (владеет 49,9% "Евросети") объяснял, что нужен человек "в большей степени ориентированного на работу в условиях кризиса" (см. "Ъ" от 26 марта). "В течение очень сложного для "Евросети" периода Сергей очень ответственно и высокопрофессионально решил целый ряд внутрикорпоративных, кадровых и управленческих проблем, поднял на другой уровень взаимоотношения с поставщиками и операторами", — отметил вчера Александр Мамут, владеющий 50,1% "Евросети".

До прихода в "Евросеть" господин Ющенко успел также поработать гендиректором петербургского продуктового ритейлера "Лента": после конфликта основных

акционеров этой сети Олега Жеребцова и Августа Мейера совет директоров "Ленты" прекратил с ним трудовой контракт в связи с истечением срока действия. Сейчас господин Ющенко входит в совет директоров "Ленты", и ему принадлежит около 1% сети.

F.V.Lab открывает франчайзинговые магазины 16 брендов (одежные — Marc O`Polo, Warehouse, Coast, аксессуаров — Moa и Pur Pur, планируются к запуску сеть товаров для интерьера Habitat и сеть товаров для детей Mamas&Papas), а в ноябре холдинг начал первый собственный проект — сеть детских магазинов "Сказка". По собственным данным, объединяет более 947 точек торговли. Выручка, по экспертным оценкам, в 2008 году — \$150 млн.

По оценке Fashion Consulting Group, в 2009 году объем российского рынка одежды, обуви и аксессуаров может снизиться на 25-30% с прошлогодних \$50 млрд. По данным исследования TGI-Russia, проводимого "Комконом", в первом квартале 2009-го 31% опрошенных в России респондентов в возрасте 16 лет и старше вообще отказались от покупок в категории "одежда и обувь", а 15% — приобрели марку подешевле.

F.V.Lab сейчас необходима четкая стратегия — у холдинга много розничных проектов на разных этапах воплощения, отмечает fashion-консультант, знакомый с ситуацией. "У Сергея Ющенко есть опыт выстраивания бизнес-моделей розничного сегмента, и неважно — одежда это или телефоны", — добавил он.

◆ [Коммерсант](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

МАРИС 2009: ИТОГИ

С 18-20 ноября в Каннах прошла ежегодная международная выставка МАРИС. Общение — вот основная причина, по которой представители российского рынка торговой недвижимости приехали во Францию в этом году. Но для поиска нужного собеседника пришлось потратить немало усилий. Количество россиян на выставке рекордно низкое.

Если быть точными, то во Францию приехало всего 97 компаний из России. В прошлом году, хотя кризис уже был в полном разгаре, их было намного больше – 232. Общее количество участников выставки хоть и сократилось, но не настолько. В этом году официально зарегистрировано 2745 участников (год назад – 3797). Из 34 девелоперов от России только три имели свои стенды. Это девелоперская компания Поволжского региона «Виктор и Ко», Ikea Shopping Centres Russia и российское представительство Immochan. Ритейлеры (зарегистрировано было 28 компаний) вообще обошлись без стендов. Чуть активнее были консультанты (Россию представляло 18 компаний), однако в качестве экспонентов в основном выступали головные компании. Самостоятельные стенды имел только Russian Research Group.

В числе прочих причин, побудивших компании приехать на Лазурный берег, безусловно, развитие бизнеса. И если в этом году участники не выражают бурного оптимизма 2007 года, то и шока 2008 у них нет. На Мипике-2009 они верят в стабильность завтрашнего дня. А на Лазурном берегу в это верить не сложно. «Несмотря на кризис, мы все-таки решили в этом году приехать, - говорит Сергей Фролов, руководитель департамента по работе с клиентами ГК «Спектрум». – МАРИС – хорошая площадка для общения, возможность расширить сотрудничество с существующими клиентами и найти новые направления развития». Выставка показала, что экспансия по-прежнему актуальна для ритейлеров. Но теперь они ищут реальные, а не бумажные проекты – объекты, которые будут построены в заявленные сроки. «Нашей компании нужны новые объекты для дальнейшего развития, и мы надеемся здесь найти полезные контакты», - заявил директор по развитию O'KEY Максим Щеголев. Выставка хороша и тем, по его мнению, что дает возможность участникам пообщаться в неформальной обстановке. А это, учитывая российские традиции, дает хорошие результаты.

Также ритейлеров волнует, что сегодня девелоперы не начинают строительство новых торговых центров, а лишь достраивают ранее начатые. При этом объекты открываются с пустующими площадями. Это может негативно сказаться на посещаемости объекта и в дальнейшем лечь дополнительным расходом на плечи ритейлера. «У нас большие планы по развитию, мы хотим открывать новые магазины, однако найти партнеров сложно – достойных торговых центров не так много, - говорит Владимир Косьянов, директор по недвижимости и развитию Centro (обувной ритейлер). – Сюда мы приехали не только осмотреться и понять, что происходит на рынке, но и увидиться с девелоперами, посмотреть на новые

проекты». По словам генерального директора компании RRG Дениса Колокольникова, выставка была очень полезной. «Мы здесь увидели много западных компаний, которые, несмотря на кризис, видят потенциал бизнеса в России. Ну и соответственно мы увидели российских участников, которые, приехав, показали, что они живы, работают и к чему-то стремятся. Я уверен, что будут новые контакты, новые клиенты и новые проекты».

Участники отметили, что международным брендам интересны хорошие объекты в России. Прежде всего – в Москве и Санкт-Петербурге. Сегодня, когда арендные ставки на российском рынке приближаются к европейским и на рынке появляется много подходящих помещений, международные ритейлеры более пристально смотрят на российский рынок. За последний год на нем появились H&M, Kika, River Island, New Look, Gap, Bebe, открыл офис WalMart. Примечательно, что многие ритейлеры готовы выходить напрямую – без франшизы: так поступили Mango, KIABI (группа Auchan), NewYorker, Promod, s.Oliver. Теперь эти компании составляют серьезную конкуренцию российским брендам. Их преимущество заключается, прежде всего, в доступе к зарубежным кредитам с процентной ставкой в 3% годовых против 16% в России. Эксперты предсказывают, что в складывающихся обстоятельствах инвестиции в торговые центры не заставят себя ждать. Однако и негативных факторов у российского рынка по-прежнему достаточно. Это и падение спроса, и рост безработицы, и административные барьеры. Зато у международных ритейлеров действительно появляется шанс захватить долю российского рынка.

Обсуждался на выставке и уход из России французской сети Carrefour спустя четыре месяца после начала экспансии. Пообщаться на эту тему с представителями Carrefour на выставке не удалось – от комментариев в компании отказались, мотивируя это тем, что у них больше нет ответственного за развитие бизнеса в России. Однако это скорее исключение. Согласно данным CB Richard Ellis, которые они озвучили на выставке, около 23% международных ритейлеров планируют экспансию в Россию. Всего было опрошено 200 ритейлеров. При этом в пятерку самых привлекательных стран, где бы хотели развиваться ритейлеры, вошли такие страны как Германия, Франция, Испания, Польша и Италия. Также участники выставки отметили, что для иностранных девелоперов строительство торговых центров в России по-прежнему сопряжено с серьезными трудностями.

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

24 ноября, № 185

Чего же хочет клиент? Как себя чувствуют ритейлеры сегодня, и какие планы по развитию ставят перед собой? Ответы на эти вопросы пытались найти участники 11-го "Русского Завтрака", который прошел в рамках выставки MAPIC 19 ноября. «Дискуссия показала, что ритейлеры живы, обороты растут, иногда правда за счет скидок, но тем не менее. И самое важное - девелоперы и ритейлеры больше слушают друг друга. Этот кризис позволил им стать чуть ближе друг к другу. Вот лейтмотив и сегодняшнего Русского Завтрака, и выставки в целом», – рассказал Максим Гасиев, управляющий директор Colliers International.

◆ [Commercial Real Estate](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Hotel

ОТЕЛЬ ЛУЧШЕ ОФИСА

Владельцы московских офисных проектов готовы переделывать кабинеты в гостиничные номера — ради cash flow. Несмотря на то что окупаемость отельного бизнеса и так небыстрая, сейчас она увеличилась вдвое

В кризис гостиничный сегмент продемонстрировал большую стабильность, нежели другие форматы коммерческой недвижимости. Доход на номер (RevPar, revenue per average room) московских отелей остается одним из самых высоких среди европейских городов: \$225 для отелей «4-5 звезд» и \$150 — для трехзвездочных, по данным GVA Sawyer. Хотя в 2009 г., говорит Кеннет Макларен, исполнительный вице-президент Interstate Management Services, большинство отелей потеряли от 20% до 40% прибыли (в рублевом эквиваленте). Правда, относительно процветающего периода 2005-2008 гг., подчеркивает он. До кризиса срок окупаемости отеля мог составлять четыре года, говорит Дэвид Дженкинс, директор группы гостиничной недвижимости «DTZ Россия/СНГ». «Но это слишком хорошо, чтобы долго продолжаться. Сейчас хороший проект окупится за семь лет», — продолжает он.

Мало гостей

Опрошенные «Ведомостями» эксперты отмечают падение спроса. Отели высшей категории были загружены в III квартале на 64%, средней — примерно на 65,4%, тогда как в III квартале 2008 г. этот показатель был равен 70%, говорит Кира Смирнова, директор департамента GVA Sawyer.

По данным комитета по туризму Москвы, за девять месяцев 2009 г. город посетил более 2,6 млн зарубежных гостей, что на 15% меньше по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. Пресс-служба комитета выразила надежду, что «по итогам 2009 г. город вернется на позиции 2008 г. — более 4 млн зарубежных гостей».

Больше отелей

По данным комитета по туризму, в первом полугодии в Москве введено в эксплуатацию шесть гостиниц на 1450 мест, до конца года планируется открыть еще 14. В III квартале, по информации DTZ, заработали три новых гостиницы: «Holiday Inn Симоновский» (217 номеров), Ibis рядом с метро «Павелецкая» (147 номеров), бутик-отель «Кадашевский» (35 номеров).

К концу года, надеются чиновники, их общее число достигнет 267. Сроки реализации многих объектов перенесены, возражает Смирнова: открытие «Украины», например, — с декабря 2009 г. на I квартал 2010 г., не ясна судьба комплекса на месте бывшей гостиницы «Россия».

Нужны или не нужны

«Сейчас банки перевели гостиничные проекты в категорию тех, с которыми надо работать. Но дают кредит под 15-20% годовых, а надо не более 10%», — говорит Станислав Ивашкевич, замдиректора по развитию CB Richard Ellis (CBRE). «Банки должны лучше понимать этот бизнес, чтобы не бояться вкладывать деньги в отели», — объясняет Дженкинс.

Девелоперы же, по словам Ивашкевича, рассматривают отель в первую очередь как объект недвижимости: «У них нет цели привлечь туристов, есть другие цели. Получается парадокс — гостиницы нужны, но они никому не нужны». «Отельеры жалуются, что российским девелоперам приходится объяснять азы гостиничного бизнеса», — добавляет Елизавета Лучицкая, коммерческий директор IMS.

Построить или переделать

Сейчас девелоперы готовы перепрофилировать невостребованные офисные проекты в гостиничные. По оценке Ивашкевича, в этом случае денежные и временные затраты на проект удваиваются. До 50% стоимости гостиницы — это мебель, внутренняя отделка и интерьер, уточняет Алексей Чертков, руководитель коммерческого отдела технопарка Nagatino i-Land.

По словам Владимира Поддубко, директора гостиничной недвижимости «Уникора», затраты на переделку бизнес-центра в отель зависят от того, на какой стадии находится проект: «Если строить не начали, они минимальны. Если уже построили, то проект станет дороже в 1,5-2 раза как минимум, с учетом стоимости

предыдущих вложений». Поэтому в репрофилировании есть смысл в 5-10% случаев.

В эксплуатации такой гибрид тоже будет дороже и впечатление станет производить «не гостиничное», добавляет Дженкинс, поэтому лучше сразу ориентироваться на экономкласс. Хотя переделка позволяет разморозить проект и начать получать деньги, считает он. У DTZ сейчас в работе 2-3 подобных проекта в Москве и два в Киеве.

На территории технопарка Nagatino i-Land запроектировано два отеля на три и четыре звезды. Это нужно для диверсификации проекта, объясняет Чертков. По его словам, сегмент гостиниц нижней и средней ценовой категории в Москве — «поле непаханое».

Но такие проекты трудоемки и требуют привлечения профессиональных посредников. Ивашкевич добавляет, что земля в Москве дорогая, а «из 10 площадок, которые город может предложить, например, немецкому инвестору, на 6-7 находятся ЛЭП, ТЭЦ, жилые дома, которые надо расселять, или участки в принципе не подходят для размещения отеля». «От \$10 млн до \$30 млн стоят права на нормальную площадку, которую еще найти надо. \$20-30 млн стоит сама гостиница. В сумме набегает \$60-80 млн — надо делать очень много номеров, иначе не окупится», — подсчитывает он.

По словам Поддубко, девелоперам, чтобы массово взяться за офисные проекты, необходимо добиться снижения затрат на подключение к инженерным коммуникациям и расходов, связанных с урегулированием земельных и имущественных отношений.

Ночь провести

По данным GVA Sawyer, в конце III квартала среднесуточная цена номера (ADR) составила \$350 для отелей «4-5 звезд» и \$225 — для отелей «3 звезды», в начале 2010 г. ожидается дальнейшее снижение ставок. По оценке Ивашкевича, нормальная суточная стоимость номера для трехзвездочных отелей — 4000 руб. Для «5 звезд» — это 300-350, максимум 1500 евро.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Regions

ГОСТИ НАРАСХВАТ

Из-за резкого снижения доходности гостиничного бизнеса девелоперы выставляют проекты в Петербурге на продажу. На 2010-2011 гг. заявлено строительство новых отелей с вместимостью в 2600 номеров

По данным «Knight Frank Санкт-Петербург», с января по сентябрь этого года в городе открылось шесть новых отелей с номерным фондом в 1200 комнат. Без мини-отелей и загородных гостиниц город сейчас располагает примерно 15 000 номеров. Рост предложения в новых гостиницах в этом году почти такой же, как в прошлом, отмечают аналитики «Knight Frank Санкт-Петербург».

По информации комитета по инвестициям и стратегическим проектам (КИСП), по итогам года ожидается ввод не менее 1300 номеров, аналогичные объемы предусмотрены и на 2010-2011 гг.

Каникулы для отелей

Рост предложения происходит на фоне снижения спроса, отмечают опрошенные «Ведомостями» эксперты. За девять месяцев этого года показатель заполняемости снизился на 18% к аналогичному периоду прошлого — до 35-40%, а средний доход с номера (RevPar) за три квартала снизился на 20-40% в зависимости от категории отеля, говорит Олег Громков, руководитель группы исследований рынков «Knight Frank Санкт-Петербург».

По данным Maris Properties/CBRE, с начала года стоимость проживания в отелях Петербурга упала на 10-15%. Сейчас номер «5 звезд» предлагается за 14 300 руб., «4 звезды» — за 7300 руб., «3 звезды» — за 3000 руб.

Чтобы снизить издержки от падения спроса, S-Group, владеющая сетью Sokos Hotels, планирует закрыть на зимние каникулы два из трех отелей сети в Санкт-Петербурге: Sokos Hotel Olympic Garden и Sokos Hotel Vasilievsky. Персонал будет переведен на время каникул в финские отели Sokos, так как ожидается, что поток русских туристов во время новогодних праздников в Финляндию увеличится,

говорит гендиректор сети Sokos Hotels Юхани Ярвенпяя. По его словам, компания отказалась инвестировать в новые объекты в Петербурге «до стабилизации рынка». До кризиса планировалось к 2013 г. построить еще семь гостиниц.

Напротив, в петербургском представительстве Marriott заполняемостью довольны. В зимний период (формально у сети Marriott он начинается в октябре) заметно сезонное снижение спроса, но в октябре отель «Ренессанс Санкт-Петербург Балтик» был заполнен на 65%. Пресс-служба компании назвала это положительной тенденцией на фоне кризиса и роста предложения на рынке.

«Чтобы соответствовать европейскому уровню обеспеченности гостиницами, городу нужно 32 000 номеров. Пока их около 26 000, четверть приходится на малые отели», — говорит Вера Хейфец, пресс-секретарь КИСПа. По ее словам, динамика ввода новых отелей позволяет рассчитывать на скорое достижение этой цели.

Отели на продажу

Новым отелям еще труднее рассчитывать на хороший уровень загрузки, возражает Громков. В городе появляется все больше предложений гостиниц на продажу, отмечает он: если сначала это были малоликвидные объекты на окраинах и в пригороде, то теперь предлагаются отели и в центре.

Из-за нехватки финансирования группа компаний «Абсолют» может выйти из проекта гостиницы на площади Островского. Готовность ее составляет около 70%. Владелец ищет соинвесторов или покупателей на здание площадью около 18 000 кв. м, для завершения работ необходимо около \$25 млн, рассказал источник в компании.

Стройкорпорация «Элис» выставила на продажу трехзвездочный отель «Достоевский» (221 номер), расположенный на верхних этажах здания торгового комплекса «Владимирский пассаж». Цена предложения — 50 млн евро, рассказал исполнительный директор «Элис» Александр Павлов. По его словам, компания рассчитывает направить деньги от продажи на реализацию жилых проектов.

На продажу выставлены проекты гостиниц на наб. Фонтанки, 78, 145, на наб. канала Грибоедова, 133, на 14-й линии Васильевского острова, добавляет

Владимир Сергунин, замдиректора инвестиционного департамента Colliers International.

Из кабинета в номер

Сейчас становится актуальным вопрос о перепрофилировании и реконцепции проектов ряда бизнес-центров под мини-гостиницы, говорит Александр Гришин, гендиректор VMB Trust. Но мини-гостиницы могут быть рентабельны только в сетевом формате (5-10 адресов) и с номерным фондом не менее 50 номеров, «одиночные» проекты на 5-7 номеров рискованны — слишком высоки операционные затраты, добавляет он.

Группа ЛСР может отказаться от реконструкции здания в начале Невского проспекта под отель высокого класса. Отельный бизнес переживает кризис, говорит гендиректор A plus Estate (входит в группу ЛСР) Юрий Ильин, поэтому не исключено, что там будет жилье.

Кризис — не повод для девелоперов отказываться от своих планов, ведь он завершится, возражает Михаил Масалов, гендиректор «Тристар инвестмент холдингс». Его компания занимается реконструкцией под отель Four Seasons на 183 номера особняка Лобанова-Ростовского на Вознесенском проспекте. Стоимость отеля, открытие которого запланировано на 2011 г., — \$200 млн. Уже освоено 25-30% от этой суммы, говорит Масалов. Это будет гостиница класса делюкс. Спикер уверен, что рынок Петербурга способен вместить еще около 10 подобных объектов. Масалов рассчитывает, что заполняемость отеля составит 70-80%, а затраты окупятся через 10-15 лет.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

ЛУЧШЕ ТРИ ЗВЕЗДОЧКИ

Отели Самары, ориентированные в основном на бизнес-туристов, за кризис потеряли до 50% выручки и до 40% загрузки. Но инвесторы заявляют о новых гостиничных проектах

В Самарской области сейчас работает около 100 гостиниц, большинство — в столице, говорит руководитель департамента развития туризма областного министерства спорта, туризма и молодежной политики Михаил Мальцев. Директор по маркетингу и продажам Holiday Inn Samara Елена Заплетина уточняет, что общий фонд равен 1500-2000 номеров, не считая мини-отелей и бывших советских «мест размещения»: «Их к классу гостиниц можно отнести лишь условно».

В Самаре работают два международных гостиничных оператора: Marriott (гостиница Renaissance Samara, «4-5 звезд») и InterContinental Hotels Group (Holiday Inn Samara, «3-4 звезды»). На 2012 г. запланировано открытие Hilton Garden Inn Samara (195 номеров, «5 звезд»). Hilton заявлял свои планы на Самару еще в 2007 г., но подтвердил их лишь в октябре этого года. У Rezidor SAS Hospitality в конце 2008 г. была договоренность с РЖД об открытии отеля под брендом Park Inn. Однако сейчас на сайте Rezidor в планах до 2013 г. стоит лишь открытие объектов в Казани, Астрахани и Ярославле.

С учетом прошлых ошибок

Самаре, как и большинству городов Поволжья, не хватает качественных гостиниц «3 звезды», говорит управляющий партнер London Consulting & Management Company Дмитрий Золин. Окупаемость такого отеля емкостью не менее 100 номеров в Самаре около семи лет, отмечает Заплетина. Новые гостиничные проекты развиваются непросто.

Местная стройкомпания «Град» планирует открыть третью по счету гостиницу Ostwest (80 номеров). Представитель сети Ostwest Александр Гриценко говорит, что компания в течение 2010 г. закончит ее строительство. В новом проекте учтен предыдущий опыт, при гостинице будут два ресторана, прачечная, автономное отопление и централизованная система кондиционирования.

Весной получил одобрение на общественных слушаниях проект холдинга «Берег». Как заявляли ранее его представители, гостиницу для приезжих пациентов хотели включить в третью очередь строящегося на бюджетные деньги онкоцентра, но затем областное правительство отказалось от этой идеи. «Берег» заявил о том, что построит гостиницу за свой счет. На каком этапе сейчас строительство, вице-президент «Берега» Вячеслав Сидорович комментировать не стал.

В рамках проекта «Самара-центр» (инвестор — петербургский фонд «Наследие — стратегические инвестиции») был заявлен бизнес-отель (150 мест). Он должен стать частью многофункционального комплекса, но начать стройку планируется не ранее 2012 г., говорится в пресс-релизе компании.

Еще один бизнес-отель («3 звезды», оператор — Accor Group) может появиться рядом с Renaissance. Марина Смирнова из Jones Lang LaSalle Hotels (проводил консультации Accor) говорит, что этот проект «с большой вероятностью выхода в Самару». Правда, 3 июля он не прошел публичные слушания, но 10 июля городская комиссия по застройке и землепользованию одобрила заявку застройщика гостиницы — компании «Волгастройком».

Борьба за гостей

Дефицит средств размещения был два года назад, а сейчас всю идет борьба за клиента, говорит Заплетина. Основная загрузка отелей привязана к выставкам (сезон с сентября по май), а командированных стало меньше — по сравнению с началом года на 18%, отмечает она. К тому же они стали экономить. За два года существования (2007-2008 гг.) Holiday, по словам Заплетининой, вышел на загрузку в 60-70%, но с кризисного октября 2008 г. она снизилась на 15-20%.

По мнению Сергея Логачева, аналитика консалтингового агентства «MSP-консалтинг», эта проблема у всех самарских отельеров. По его наблюдениям, почти все снизили расценки, порой до 30%. Как правило, отель не меняет преysкуранта, а предлагает гостям «уникальные ценовые предложения». Банальное снижение цен Заплетина считает неправильным: возвращение к прежнему уровню цен может потребовать несколько лет, говорит она.

Выручка самарских гостиниц уже упала на 10-50%, говорил «Ведомостям» директор гостиницы «Бристоль-Жигули» Евгений Тхоржевский.

Смирнова отмечает, что сейчас трудно высчитать, при каком уровне загрузки региональный отель останется рентабельным. Например, в Москве при 30% можно работать в ноль, если не нужно обслуживать кредиты, по России этот показатель должен быть более чем в два раза выше.

По словам Золина, даже до кризиса среднегодовая заполняемость самарских гостиниц едва достигала 60%. Поднять ее без участия властей, которые должны системно развивать внутренний и деловой туризм, невозможно, уверен он.

Туристы не нужны

Внутренний туризм в Самаре сейчас находится в стагнации, огорчается Логачев: «Бункер Сталина и еще пара достопримечательностей не могут генерировать поток туристов». Пока что Самара — транзитная стоянка для круизных судов по Волге, но тем, кто на них путешествует, гостиницы не нужны, объясняет аналитик.

Мальцев более оптимистичен. По словам чиновника, за три последних года поток туристов, в том числе зарубежных, увеличился на 100 000 человек до 600 000 в год. Иностранцы — клиенты Holiday ценят все, что связано с советским наследием, рассказывает Заплетина, но туроператорам нужна особая «фишка». «Нужно работать над имиджем города, предлагать, например, Самару-купеческую, а не только Волгу, набережную и пивзавод», — отмечает она.

Зона рекреации

Мальцев уверен, что регион обладает высоким потенциалом, но в нем целесообразно развивать рекреационные комплексы. Сейчас его департамент разрабатывает программу «Развитие туристско-рекреационного кластера в Самарской области» на 2010-2011 гг.

Среди проектов властей также развитие сельского туризма, создание комплексов «Волга» и «Жигулевская жемчужина». Последний стоимостью 13 млрд руб. на территории национального парка «Самарская лука» предлагался инвесторам еще в 2007 г. Но ни привлечь частные компании, ни получить поддержку федерального бюджета области пока не удалось.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

АНТИКРИЗИСНОЕ ГОСТЕПРИИМСТВО

В 2009 г. в Нижнем Новгороде не открылось ни одного нового отеля. У существующих гостиниц только за первое полугодие выручка упала вдвое: с 780,7 млн руб. до 381,2 млн руб.

По подсчетам Нижегородского центра научной экспертизы (НЦНЭ), 71% гостей приезжают в город с деловыми визитами. Гостиницы в основном ориентированы не на туристов, а на командированных. По данным отельеров, в гостинице «Ока» бизнес-визиты составляют около 90%, в «Нижегородской» — около 80%.

Не работа, а отдых

В 2009 г. число гостей, посетивших регион, снизилось более чем на треть, подсчитали в областном министерстве поддержки и развития малого предпринимательства, потребительского рынка и услуг. По информации чиновников, выручка гостиниц за январь — июнь 2009 г. сократилась в два раза с 780,7 млн до 381,2 млн руб. «Из-за кризиса деловая активность снизилась», — объясняет неприятную статистику Татьяна Романчева, директор НЦНЭ. «Число корпоративных клиентов резко упало», — подтверждает Евгений Дорфман, директор загородного мини-отеля «Колумбус».

Снижение прайсов нижегородские гостиницы в основном не практикуют. В «Нижегородской» в сентябре расценки даже повысили на 5%. «После реконструкции отель стал комфортабельнее», — объяснила Екатерина Хавронина, маркетолог гостиницы. В других отелях введено гибкое ценообразование. «У нас индивидуальный подход к каждому гостю, хорошие условия для корпоративных клиентов», — уверяет Светлана Шестернина, маркетолог гостиничного комплекса «Ока». Мария Свиридова, директор турфирмы «Роза ветров», подтверждает: «Стало проще договариваться с отельерами о специальных ценах для тургрупп». Благодаря этому автобусные туры в Нижний стали конкурентоспособнее.

Осторожные инвесторы

Инвесторы, заявившие в Нижнем гостиничные проекты, начинать строительство не спешат. Весной 2009 г. компания «Волга инвест» хотела выйти на площадку на Гребном канале — здесь заявлен отель «Кемпински» («5 звезд»), а Clover group планировала начать реконструкцию «Волжского откоса» на Верхне-Волжской набережной. Обе компании перенесли начало строительства на 2010 г. Clover group изменила концепцию будущего комплекса. Как рассказал Александр Попов, генеральный директор компании, в первую очередь это коснулось звездности отеля. Вместо «5 звезд» планируется открытие отеля «4 звезды» Holiday Inn (193 номера). Соглашение об управлении отелем подписано с международным гостиничным оператором InterContinental Hotels Group (IHG). «В регионах сейчас востребованы качественные отели средней ценовой категории», — объяснил Попов.

В многофункциональном комплексе Clover group изначально были запланированы апартаменты, гостиница, большой бизнес-центр и торговый центр с многоуровневым подземным паркингом. После корректировки планов остались гостиница, жилая часть с небольшим офисным центром и одноуровневый

подземный паркинг. Это позволило, по словам Попова, существенно упростить сложнейшие инженерные работы по подземной части комплекса.

Откладывается до появления нового собственника строительство второго корпуса гостиницы «Октябрьская» на Верхне-Волжской набережной. Областное правительство трижды переносило продажу принадлежащих ему акций гостиницы, на 2009 г. она даже не была включена в план приватизации.

Вместо стройки

Строительные работы в 2009 г. вели только те инвесторы, кто начал их до кризиса. В первую очередь это относится к действующим отелям, серьезно озабоченным реконструкцией. Так, гостиница «Нижегородская» в сентябре завершила капитальный ремонт номерного фонда, рассказала Хавронова. Гостиница «Ока», завершив реконструкцию номерного фонда, приступила к расширению отеля. В феврале 2009 г. был открыт пристроенный к основному зданию «Оки» развлекательный центр «Кэпитэл клуб», а в сентябре — бизнес-центр. В 2010 г. планируется завершение строительства нового гостиничного корпуса на 139 номеров. По словам Светланы Шестерниной, новое здание старого отеля будет претендовать уже не на «3», а на «4 звезды».

Компания «Тистон» планирует открыть в первом полугодии 2010 г. трехзвездочный отель на 224 номера под управлением Accor Group. Новый Ibis разместится в реконструированном административном здании на ул. Горького. Сроки ввода инвестор сместил на год.

◆ [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](#)