

Offices / General

«Евразия» продолжает избавляться от активов

ИПГ «Евразия» может продать строительно-отделочное подразделение Olson Enterprise английской компании ISG, которая, возможно, выйдет на российский рынок.

Дерипаска расплачивается землей

«Главстрой» Олега Дерипаски, возможно, договорился с банком «Союз» о частичном погашении долга почти на \$200 млн. Стройкомпания передаст банку 34,5 га рядом с Боровским шоссе, где планировалось построить около 460 000 кв. м жилья.

Мэрия распугала всех покупателей "Новинского пассажа"

Аукцион по продаже городского пакета был отменен.

Номос-банк подал иск к Mirax Group на 187 млн руб. из-за неисполнения девелопером обязательств по облигациям

Номос-банк подал иск к Mirax Group в Арбитражный суд Москвы в связи с неисполнением девелопером обязательств по облигациям.

Право на строительство двух МФК продадут с торгов

Столичные власти проведут два земельных аукциона по продаже права аренды с целью дальнейшего строительства многофункциональных центров.

Retail

Правила игры

Налоговые претензии к ООО "Эльдорадо", выпавшему из одноименной торговой сети, где остался его двойник, и превратившемуся в ООО "Оптовик", были одной из главных тем 2008 года.

Купцы те же

Мировой финансовый кризис по большому счету не изменил состав арендаторов столичных торговых центров.

Ориентиры: Они идут к вам

В ближайшей перспективе имеет смысл строить небольшие торговые центры или простенькие по архитектуре и досуговым возможностям ритейл-парки, считают консультанты и девелоперы.

Hotel

Плотный разговор

Управляющая компания «Ингосстрах-инвестиции», держатель облигаций сети «Дикая орхидея», подала иск о ее банкротстве.

Azimut запустит сеть отелей для отдыха

Гостиничная компания Azimut Hotels, прежде специализировавшаяся исключительно на бизнес-отелях, решила развивать сеть отелей для отдыха под брендом Azimut Resort.

Renaissance Moscow Monarch Centre открылся на Ленинградском проспекте

Столичный рынок гостиничной недвижимости пополнился еще одним объектом.

Regions

Ориентиры: Броуновский круговорот клерков

В начале 2010 г. арендные ставки на офисные помещения в Петербурге перестали снижаться, а некоторые собственники бизнес-центров впервые с начала кризиса даже слегка увеличили прайсы.

Компания "Лидер" до 2014г планирует построить 2 ТРК OZ в Саратове и Сочи

ООО "Лидер" планирует построить - помимо торгово-развлекательного центра в Краснодаре - ввести еще два ТРК OZ в других регионах России.

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

«ЕВРАЗИЯ» ПРОДОЛЖАЕТ ИЗБАВЛЯТЬСЯ ОТ АКТИВОВ

ИПГ «Евразия» может продать строительно-отделочное подразделение Olson Enterprise английской компании ISG, которая, возможно, выйдет на российский рынок.

Как сообщила пресс-служба Федеральной антимонопольной службы, ведомство рассмотрела ходатайство компании ISG Europe limited о приобретении 100% компании ЗАО «Олсон энтерпрайз» и приняла решение о его удовлетворении.

В свою очередь представитель ISG подтвердил, что компания рассматривает создание совместного с Olson Enterprise предприятия, но сделка не закрыта, сообщают «Ведомости».

Напомним, Olson Enterprise специализируется на отделочных и инженерных работах в коммерческой недвижимости: она выполняла отделочные и инженерные работы в офисах Western Union, Diageo, PepsiCo, Novartis Pharma, Morgan Stanley, «Лукойла», IKEA и т.д.

◆ [Арендатор.ру](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

ДЕРИПАСКА РАСПЛАЧИВАЕТСЯ ЗЕМЛЕЙ

«Главстрой» Олега Дерипаски, возможно, договорился с банком «Союз» о частичном погашении долга почти на \$200 млн. Стройкомпания передаст банку 34,5 га рядом с Боровским шоссе, где планировалось построить около 460 000 кв. м жилья.

Федеральная антимонопольная служба разрешила Агентству по страхованию вкладов (АСВ) и корпорации «Главстрой» приобрести 100% долей ООО

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

19-20 апреля, № 53

«Стройкомплекс «Говорово», сообщило агентство «РИА Новости» со ссылкой на материалы службы.

ООО «Стройкомплекс «Говорово» — владелец участка в 34,5 га между Боровским шоссе и МКАД. Ранее «Главстрой» планировал построить на этой территории жилой микрорайон на 460 000 кв. м, но проект был заморожен.

По словам представителя «Главстроя» Виталия Королева, сейчас компания консолидировала 100% «Говорово» (ранее доли ООО находились на балансе других компаний, близких к «Главстрою») и теперь планирует передать его банку «Союз» в счет погашения части долга перед ним. Всего стройкомпания должна банку 5,7 млрд руб. (\$196 млн), какая часть долга будет погашена таким образом, Королев не говорит.

«Союз» же, утверждает источник, близкий к одной из сторон сделки, намерен этим участком расплатиться с АСВ, которое с конца 2008 г. занимается санацией банка (банк должен агентству 27 млрд руб.). До конца 2008 г. банк «Союз» контролировался структурами владельца «Главстроя» Олега Дерипаски. Затем контроль перешел к структурам «Межрегионгаза», а в марте 2010 г. в ходе допэмиссии контрольный пакет банка получила также подконтрольная Дерипаске страховая компания «Ингосстрах». Представитель «Союза» от комментариев отказался. Представитель АСВ в пятницу не смог оперативно предоставить комментарии.

Весь проект «Говорово» управляющий партнер Московской центральной биржи недвижимости Артем Цогоев оценивает в \$150-190 млн.

Общий долг «Главстроя», по данным компании, — около 36 млрд руб. К некоторым компаниям, входящим в холдинг, поданы иски о банкротстве. В отношении «Моспромстройматериалов» уже введена процедура наблюдения, а летом 2009 г. с заявлением о признании банкротом компании «Главмосстрой» в московский арбитраж обратился Альфа-банк. Спасла компанию столичная мэрия: подконтрольный ей Банк Москвы выдал компании кредит на 2,1 млрд руб.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

МЭРИЯ РАСПУГАЛА ВСЕХ ПОКУПАТЕЛЕЙ "НОВИНСКОГО ПАССАЖА"

Аукцион по продаже городского пакета был отменен.

Московской мэрии пришлось отменить аукцион по продаже своей доли в торгово-деловом центре "Новинский пассаж" возле станции метро "Краснопресненская". Столичные власти были готовы расстаться с 25% минус одна акция в ОАО "Новинский бульвар, 31" (владеет центром) за 1,217 млрд руб., но желающих не нашлось. От участия в торгах отказалась даже компания "ВЭБ-инвест" (принадлежит 75% ОАО), назвав цену высокой. Пакет Москвы дает право только на получение дивидендов, которые начнут выплачиваться не ранее, чем через два-три года, когда ОАО полностью расплатится по кредиту на 2 млрд руб.

Аукцион по продаже 25% минус одна акция ОАО "Новинский бульвар, 31", владеющего торгово-деловым центром "Новинский пассаж" (площадь 77,8 тыс. кв. м), должен был состояться 13 апреля. "За пять дней до аукциона, когда закончился сбор заявок, оказалось, что ни одной заявки нет", — рассказал "Ъ" руководитель СГУП по продаже имущества Москвы Владимир Авеков, напомнив, что стартовую цену на этот лот Москва установила на уровне 1,217 млрд руб. (около \$42 млн). Ранее основным претендентом на этот пакет акций называлась "дочка" Внешэкономбанка (ВЭБ) — компания "ВЭБ-инвест", которой принадлежит 75% ОАО (этот актив перешел "ВЭБ-инвесту" в ходе санации ВЭБом банка "Глобэкс").

"Мы считаем цену, предложенную правительством Москвы за пакет меньше блокирующего, достаточно высокой, учитывая, что он только дает право в будущем на получение дивидендов", — отметил гендиректор "ВЭБ-инвеста" и председатель совета директоров ОАО "Новинский бульвар, 31" Александр Репринцев. По подсчетам экспертов, до кризиса такой объект целиком можно было продать за \$389 млн из расчета \$5 тыс. за кв. м, сейчас его цена около \$219 млн, или \$2,8 тыс. за кв. м. Замруководителя департамента имущества Москвы Игорь Игнатов подчеркнул, что исходить из этих оценок при расчете цены за данный лот нельзя. По его словам, 25% минус одна акция не дают прав управления обществом, а дивиденды в ближайшее время ОАО выплачивать не будет, так как на компании висит кредит на сумму более 2 млрд руб. (включая проценты). Господин Репринцев подтвердил информацию о кредите. "Доходов ОАО полностью

хватает на обслуживание кредитов, в том числе на досрочное погашение некоторой их части, а также на текущую деятельность, но существенной прибыли нет, поэтому дивиденды не выплачиваются. Полностью расплатиться с кредитами ОАО сможет в течение трех лет",— добавил господин Репринцев. Он не назвал финансовые показатели ОАО за 2009 год, так как они будут утверждены только в мае. По данным партнера S. A. Ricci / King Sturge Ильи Шуравина, доход собственников центра от сдачи в аренду составляет \$20-25 млн в год (с вычетом НДС) против \$47 млн в докризисный период.

По словам господина Ингатова, Москва вскоре второй раз выставит актив на аукцион на аналогичных условиях. "Город не хочет снижать цену. Скорее всего, мы будем договариваться с "ВЭБ-инвестом" о совместном управлении, оставшись миноритарием, и ждать более удачной конъюнктуры рынка для продажи",— отметил он. Как писал "Ъ" ранее, столичная мэрия приняла решение избавляться от миноритарных пакетов в акционерных обществах, в том числе и из-за дефицита московского бюджета, который в этом году может составить 125 млрд руб. По мнению управляющего партнера Fleming Family & Partners (Russia) Ltd Олега Мышкина, продать миноритарную долю в объекте недвижимости непросто: из-за невозможности влиять на финансовые потоки — это малоликвидный актив, и долговая нагрузка объекта не является решающим фактором.

◆ [Коммерсант](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

НОМОС-БАНК ПОДАЛ ИСК К MIRAX GROUP НА 187 МЛН РУБ. ИЗ-ЗА НЕИСПОЛНЕНИЯ ДЕВЕЛОПЕРОМ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ПО ОБЛИГАЦИЯМ

Номос-банк подал иск к Mirax Group в Арбитражный суд Москвы в связи с неисполнением девелопером обязательств по облигациям.

Банк подал иск к ООО «Мойнт», ООО «Миракс групп» и ЗАО «СК «Строймонтаж», свидетельствуют материалы суда. Сумма иска — 186,955 млн руб. Агентству «Интерфакс» в банке пояснили, что иск подан в связи с неисполнением эмитентом обязательств по облигациям. В начале марта аналогичный иск на 123,6 млн руб. к тем же ответчикам подал Газэнергопромбанк. Компании «Мойнт» и СК

«Строймонтаж» являются поручителями по облигационному займу ООО «Миракс групп». Mirax, подконтрольная председателю совета директоров группы Сергею Полонскому, в конце 2008 г. столкнулась с проблемами в обслуживании долговых обязательств. Группа договорилась о реструктуризации выпуска кредитных нот объемом \$180 млн в марте 2009 г. В конце лета прошлого года компания предложила владельцам облигаций 2-й серии на 3 млрд руб., погашаемых в сентябре 2009 г., реструктурировать выпуск путем обмена его на облигации 3-й и 4-й серий объемом 1,8 млрд руб. каждая. В декабре прошлого года и марте этого года «Миракс групп» не смогла выплатить инвесторам очередные купоны облигаций 3-й серии и 4-й серии, не исполнив обязательства, взятые на себя в рамках реструктуризации бондов.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

ПРАВО НА СТРОИТЕЛЬСТВО ДВУХ МФК ПРОДАДУТ С ТОРГОВ

Столичные власти проведут два земельных аукциона по продаже права аренды с целью дальнейшего строительства многофункциональных центров.

Участки расположены в Южном Бутове и Ясенево. На первых торгах будет выставлен участок площадью 0,6 га в коммунальной зоне Чечера. На ней предполагается построить МФК площадью 5,2 тыс. кв. м с подземной автостоянкой на 150 машино-мест и наземной автостоянкой на 20 машино-мест. Стартовая цена лота составит 30 442 000 рублей, шаг аукциона - 500 тыс. рублей.

Вторая площадка в Юго-Западном административном округе, которая будет предложена на земельном аукционе для возведения МФК, располагается на улице Ясногорская, владение 13, корпус 1. Площадь этого участка - 0,28 га, он также характеризуется отсутствием обременений. На этой территории можно будет возвести объект площадью до 14,501 тыс. кв. м.

Начальная цена проведения аукциона равняется 110 173 000 рублей, шаг торгов - 2 млн рублей.

◆ [Арендатор.ру](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Retail

ПРАВИЛА ИГРЫ

Налоговые претензии к ООО "Эльдорадо", выпавшему из одноименной торговой сети, где остался его двойник, и превратившемся в ООО "Оптовик", были одной из главных тем 2008 года.

Материалы под заголовками "Делу ЮКОСа дали ход в ритейл", "Чудеса бытовой техники" занимали первые полосы газеты. 4 декабря 2008 года арбитражный суд Москвы ввел в "Оптовике" процедуру наблюдения. Налоговые претензии составили тогда 13,154 млрд руб. за 2004-2005 годы (Федеральная налоговая служба снизила их с первоначальных 15 млрд руб.).

Информации о ходе дела не было более года, хотя за это время в "Оптовике" было введено конкурсное производство. Известно стало о заседании 2 марта, когда суд включил в реестр требования налоговиков на 8,7 млрд руб. Тогда же мы обнаружили, что в "Оптовике", остававшемся почти без имущества, вдруг появились заметные активы. И предположили, что в результате негласных договоренностей налоговые претензии сократились с 13,154 млрд до 8,7 млрд руб. в обмен на активы, обеспечивающие реальность взыскания части долга. В пользу этого говорило, в частности, то, что в суде налоговики рассказали только сумму требований и уточнить что-либо отказались.

"Чудеса бытовой техники" вскоре продолжились. 18 марта конкурсный управляющий "Оптовика" Ирина Ларичева, отсутствовавшая на заседании суда, потребовала от нас опровержения. Она написала, что налоговые претензии на 8,7 млрд руб. являются дополнительными, то есть общая сумма увеличилась. Госпожа Ларичева обвинила нас в нежелании получить комментарии лично у нее, но вместо телефона указала лишь номер абонентского ящика на почте.

Документы, которые мне удалось раздобыть, ясности не внесли. В определении суда о включении 8,7 млрд руб. в реестр требований кредиторов "Оптовика" оказалась только сумма без указания налогового периода. Не оказалось его и в тексте требования налоговиков, направленного в суд 12 ноября 2009 года. Правда,

по смыслу этого документа можно понять, что основная часть претензий на 8,7 млрд руб. касается тех же 2004-2005 годов, за которые были доначислены 13,154 млрд руб., и тех же видов налогов. В тексте требования сказано, что 8,7 млрд руб. составляют остаток от общей суммы задолженности "Оптовика" в 21,823 млрд руб., хотя эта сумма нигде раньше не фигурировала. Далее идет разбор каждого вида налогов с указанием на то, что решением N 17-13/09 от 9 июня 2009 года ("Оптовик" уже находился под наблюдением) инспекция провела доначисления недоимок, штрафов и пеней с учетом включенных в реестр 13,154 млрд руб. Требования, которые явно касаются последующих годов, составили всего около 5 млн руб.

Непонятные дополнительные требования за, скорее всего, один и тот же налоговый период выглядят не менее странно, чем раздвоение ООО "Эльдорадо" в 2008 году. Такая загадочность не исключает, что претензии к "Оптовик" на 8,7 млрд руб. призваны заменить 13,154 млрд руб., включенные в реестр изначально. Включить в реестр новое требование, а старое в удобный момент исключить закон о банкротстве отнюдь не запрещает.

◆ [Коммерсант](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

КУПЦЫ ТЕ ЖЕ

Мировой финансовый кризис по большому счету не изменил состав арендаторов столичных торговых центров. Зато заставил девелоперов ориентироваться на платежеспособность ритейлеров и жизнеспособность их магазинов в конкретных проектах, а не руководствоваться при выборе арендаторов одной лишь известностью их брендов. Но существенного передела рынка в итоге так и не произошло.

В начале финансового кризиса аналитики рынка предрекали рынку торговой недвижимости самые пессимистичные сценарии развития. Одним из лейтмотивов этих прогнозов было предположение о том, что в кризис состав арендаторов в московских торговых центрах преобразится до неузнаваемости. Крупные розничные сети пойдут по миру, новым же сетям взяться будет неоткуда, а значит, большая часть торговых объектов будет пустовать, а остальные проекты

превратятся в классические рынки. В свою очередь глава Европейского совета по экспорту текстильной продукции (European Fashion and Textile Export Council) Рейнхард Допфер в прошлом августе даже заявлял, что более трети российских розничных одежных сетей разорится к концу 2009 года.

Но реальность оказалась не столь ужасающей, как ее пытались представить. Уже сегодня можно сделать вывод, что самого пессимистичного сценария развития рынка удалось избежать. Торговые центры выстояли. Как полагает вице-президент ГК «Ташир» Виталий Ефимкин, связано это с тем, что покупать еду и необходимые товары люди не перестали, поэтому покупательские потоки в торговых центрах хоть и сократились, но не иссякли вовсе. Конечно, некоторые ритейлеры, не справившись с долговой нагрузкой, покинули рынок, другие изрядно сократили число своих магазинов, избавившись от нерентабельных точек, но массового разорения торговых операторов и превращения ТРЦ в рынки не произошло, а место ушедших с рынка игроков с удовольствием заняли их конкуренты.

Тем не менее, арендная политика ведущих столичных владельцев торговой недвижимости претерпела определенные изменения, но в целом эти перемены, похоже, пойдут рынку только на пользу и научат девелоперов мыслить рационально, а не руководствоваться прописанными в учебниках по маркетингу штампами.

Имидж – ничто

«Девелоперы торговых центров сегодня стали менее разборчивыми при привлечении арендаторов», – говорит, опираясь на опыт по сдаче в аренду торговых площадей в Москве, директор департамента консалтинга и оценки NAI Vesar Маргарита Трофимова. Основными критериями выбора арендатора является его готовность платить желаемую ставку аренды и наличие у него возможности строить успешный бизнес в рамках конкретного ТРЦ. Остальные же факторы, которые были столь популярны до кризиса, постепенно уходят на второй план.

Плохо это или хорошо? Первый заместитель генерального директора УК «Манежная площадь» (управляет комплексом «Охотный ряд») Андрей Сухов утверждает, что в результате кризиса на рынке торговой недвижимости восторжествовал здравый смысл, а девелоперам давно пора было избавиться от иллюзий: «В торговом центре должны присутствовать те арендаторы, за наличие

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

19-20 апреля, № 53

которых голосует своим массовым рублем потребитель, а не те, которых в силу различных причин хочет видеть в объекте управляющий или консультант». По его словам, если в «тучные» докризисные годы рынок позволял девелоперам строить торговые центры с изысканной концепцией и делать их такими, как хотелось бы, то сейчас суровая экономическая реальность заставляет просто зарабатывать деньги и привлекать в объекты тех арендаторов, которые действительно нужны. «В итоге заполнение объекта такими арендаторами конвертируется в более высокие арендные ставки и капитализацию объекта», – говорит Сухов.

Согласен с ним и Виталий Ефимкин из «Ташира»: «Торговый центр – это бизнес, который должен приносить деньги. Поэтому в наших проектах оператор, который дает больше денег, и занимает свободную позицию. Мы и до кризиса считали этот фактор одним из самых важных, а сейчас его значимость возросла еще больше». По словам Сухова, можно сколько угодно спорить и доказывать, что арендатор не впишется в концепцию и нанесет какие-то издержки объекту, но в конечном счете точку в этом споре может поставить только потребитель, который придет и заплатит или... не заплатит. К примеру, в торговом центре, якорными арендаторами которого являются дискаунтеры, вряд ли уместно будут смотреться дорогие премиальные бренды (если только речь не идет о суперрегиональном мультиформатном центре).

«Когда в наших проектах на одно и то же помещение претендуют две сети, одна из которых более известная, а вторая – менее, то мы все равно ориентируемся на ту ставку, которую они готовы предложить, – рассказывает гендиректор ТЦ «Ритейл Парк» и ТРК «Пражский град» ФПК «Гарант-Инвест» Булат Шакиров. – И если разница между предлагаемыми ставками существенна, то мы выберем того арендатора, который готов платить больше».

Именно поэтому во многих московских торговых центрах стали появляться арендаторы, присутствие которых в ТРЦ до кризиса привело бы консультантов в состояние глубокого культурного шока. В частности, речь идет о небольших частных предпринимателях, развивающих либо собственные проекты, либо выходящих на рынок с не очень известной франшизой. Как правило, это по-наме операторы или же небольшие фирмы, развивающие по франчайзингу малоизвестные в России марки («Сток-Мода», «Уно», By Malen Birger, X-Men's и т.д.). По словам Андрея Сухова, сегодня существует множество оптовых компаний, везущих товары из Европы, поэтому начинающим предпринимателями достаточно

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

19-20 апреля, № 53

лишь определиться с ассортиментом, арендовать помещение и приступать к торговле. До кризиса такие арендаторы могли размещать свои магазины лишь в торговых центрах второго эшелона, поскольку девелоперы опасались связываться с такими компаниями из-за их финансовой нестабильности и риска быстрого банкротства. Но сегодня все больше девелоперов идет им навстречу и открывает перед ними двери своих объектов. Потому что платить такие арендаторы готовы очень хорошие деньги (в среднем, на 25-30% больше, чем сети средней популярности). Булат Шакиров, например, утверждает, что в его проектах частные предприниматели представлены лишь в сегменте малой торговли (различные киоски, прикассовые секции и т.д.), а открытые такими операторами магазины можно пересчитать по пальцам.

А вот Виталий Ефимкин вспоминает, что его компанию всегда критиковали за то, что ее объекты больше напоминают «рынок ЦСКА», но оказалось, что в кризис именно небольшие частные арендаторы оказались более устойчивыми и готовыми платить высокие ставки аренды, поддерживая тем самым доход девелопера.

«Такие арендаторы, – рассуждает Андрей Сухов. – кровно заинтересованы в продажах, поэтому во время кризиса попросту невозможно найти более эффективного арендатора, чем частный предприниматель». По его данным, в объектах, где представлены такие арендаторы, они платят такие ставки аренды, которым можно только позавидовать и при этом не идут по миру. К тому же, многие такие проекты в перспективе имеют неплохие шансы превратиться в крупные известные сети. «В 1998 году многие нынешние капитаны торгового бизнеса сами стояли за прилавками своих маленьких магазинов в нашем объекте. И ничего, теперь являются лидерами рынка», – вспоминает Сухов.

«Сейчас очень часто собственники отдают предпочтение небольшим, несетевым брендам, – подтверждает руководитель департамента коммерческой недвижимости Prime Time Realty Елена Афанасьева. – Дело в том, что сейчас они готовы, пользуясь тем, что в целом по рынку ставки стали ниже, бороться за такие места с сетевыми ритейлерами. А так как сетевики продолжают «прогибать» собственников по цене, собственники с радостью принимают в свои ТЦ небольшие и менее известные, зато готовые платить, бренды».

Действительно, многие сетевые операторы, по словам брокеров, сегодня либо платят минимальные ставки аренды и процент от оборота, а в наиболее

проблемных проектах и вовсе арендуют помещения бесплатно. Конечно, добиться такого права могут только якорные арендаторы и марки, которых очень хочет видеть владелец объекта, но все же каждый такой арендатор – это потеря денег девелопером. Поэтому-то девелоперы и стараются сейчас привлекать не только известные марки, но и платежеспособных арендаторов.

Правда, стоит заметить, что «отжимать» девелоперов по ставкам удается в основном «якорным» арендатором, снимающим большие площади. Как отмечает Петр Вербин, небольшим ритейлерам, снимающим помещения в галерее, делать это сейчас непросто, а в перспективе станет еще сложнее. Не зря же, по его словам, уже сегодня за помещения в новых торговых центрах идет нешуточная борьба, что связано с сокращением предложения на рынке и постепенным восстановлением экономики: «По слухам, некоторые арендаторы, желающие попасть в тот или иной объект, даже дают взятки девелоперам за право разместить в торговом центре свой магазин. Как правило, на такие шаги идут небольшие сетевые ритейлеры, понимающие, что кризис вечно длиться не будет, а нового предложения на рынке высококачественной торговой недвижимости становится все меньше. При этом торговать и зарабатывать деньги им необходимо, а конкурировать за места становится не так уж просто».

Впрочем, у этой медали есть обратная сторона. «Неизвестный арендатор, который готов платить высокую ставку, чтобы зайти в проект, является рискованным, – отмечает директор отдела агентских услуг департамента торговой недвижимости Colliers International Галина Малиборская, – поскольку есть большая вероятность того, что бизнес может «не пойти», и через несколько месяцев арендодатель может оказаться с пустой секцией».

Постоянная же ротация арендаторов в объекте наносит не только репутационный вред объекту и отпугивает постоянных покупателей, но и приводит к убыткам из-за простоя площадей и лишним затратам на поиск нового арендатора каждые несколько месяцев. По мнению руководителя по торговой недвижимости компании «Аптренд» Петра Вербина, в большей степени это касается «якорей», уход которых может нанести серьезный вред торговому центру: «Ротация арендаторов галереи не столь опасна, поэтому наличие среди таких арендаторов менее известных марок не навредит торговому центру».

Гендиректор компании Art Properties Наталия Орешина также отмечает, что привлечение неизвестных и слабых брендов чревато потерями, поскольку из-за отсутствия сильных «якорей» в самой галерее может существенно снизиться посещаемость объекта.

«Девелоперу необходимо иметь в своем ТЦ ряд имиджевых компаний, которые не всегда платежеспособные – считает ведущий консультант компании «Магазин Магазинов в ассоциации с CB Richard Ellis» Марина Маркова. – Но также очень важен и арендный доход, поэтому в каждом ТЦ присутствуют как «якоря», которые могут платить символические ставки, так и компании, которые платят намного больше, но не привлекают массово клиентов в центр». «Задача собственника объекта – соблюсти баланс между имиджем проекта по наличию в нем известных или новых торговых марок и ожидаемой доходностью инвестора, которую могут принести менее известные марки», – резюмирует директор по аренде ТРЦ «Мозаика» (TriGranit Russia) Евгения Махова.

И все же похоже, что имидж играет сегодня второстепенную роль по сравнению с доходами, поэтому «имиджевые» арендаторы постепенно вытесняются более платежеспособными игроками рынка. Непроста тот же «Ташир», который обвиняли в увлечении рыночными форматами, сегодня не только не жалуется на пустые площади, но и уверенно скупает перспективные проекты в Москве, которые оборудует по своему вкусу и получает приличный доход.

Вам кого надо?

Кроме того, девелоперы и управляющие торговыми центрами сегодня активно следят за тем, чтобы арендаторы вписывались в концепцию торгового центра не только в теории, но и на практике. Для этого управляющий объектом вынужден получать максимально точную и достоверную информацию об их деятельности. Как отмечает независимый эксперт рынка Татьяна Смирнова, девелоперу приходится оценивать, насколько бизнес того или иного оператора окажется устойчив к кризису, а продукция востребована на рынке, и применять превентивные меры в отношении тех операторов, которые явно не смогут приносить пользу объекту. «При выборе арендатора мы ориентируемся в первую очередь на то, насколько гармонично впишется в объект тот или иной арендатор, как его присутствие скажется на посещаемости объект а и в конце концов, сколько денег он готов платить», – перечисляет Булат Шакиров.

И все эти факторы между собой взаимосвязаны. К примеру, в принадлежащем ФПК «Гарант Инвест» ТЦ «Ритейл Парк» в ближайшее время состоится открытие магазина Media Markt площадью около 6 тысяч кв.м. Договор аренды подписан с оператором аж на 30 лет. Но для того чтобы заполучить столь лакомого арендатора девелоперу пришлось провести перепланировку объекта и прекратить сотрудничество с рядом других операторов. Шакиров рассказывает - ему пришлось расстаться с сетью «М-Видео», являющейся прямым конкурентом немецкого ритейлера, а также такими операторами галереи как Colin's, Orange, «Бюстье» и «Сити Обувь», которые попали в зону перепланировки. Казалось бы, Media Markt – не тот арендатор, который при таком договоре готов платить высокую арендную ставку, но Булат Шакиров ничуть не жалеет, что избавился от ряда более платежеспособных арендаторов. «Это не значит, что они плохо работали, – рассказывает управляющий, – просто нам очень хотелось получить такого арендатора на длительный срок, а договоры с арендаторами галереи были заключены на короткие сроки, хотя платили они, конечно, более высокие ставки аренды».

Кроме того, стало очевидно, что во многих объектах товары операторов, работающих в премиальном сегменте, оказались невостребованными. А само наличие такого арендатора перестало привлекать новых клиентов в торговый центр.

В этой ситуации девелоперу пришлось бы постоянно снижать ставки для этого арендатора и добиваться сохранения популярной ранее марки любой ценой путем предоставления ему сказочных дисконтов, но этот путь Татьяна Смирнова считает тупиковым, поскольку в случае падения спроса на продукцию арендатора «никакие скидки ему не помогут». Куда логичнее и выгоднее заменить такого ритейлера на арендатора, предлагающего более эффективную антикризисную концепцию.

«В средних торговых центрах бренды не хотят платить удовлетворяющую собственников фиксированную ставку аренды – рассуждает Маргарита Трофимова. – Более-менее хорошие условия могут предложить только магазины, ориентированные на покупателей с уровнем достатка «средний – ниже среднего» и дискаунтеры. Они же, помимо прочего, и формируют высокий поток посетителей в ТЦ, поскольку в условиях снижения доходов покупатель переориентируется на бюджетные марки». А ведь именно высокий поток в сочетании с хорошей арендной ставкой и является тем самым гарантом стабильности торгового центра.

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

19-20 апреля, № 53

Впрочем, многое опять же зависит от самого объекта. «Один и тот же арендатор может быть востребован в одной локации, но совершенно бесполезен в другой», – полагает Булат Шакиров. Поэтому увлекаться премиальными операторами или наоборот дискаунтерами следует с умом.

«Каждый комплекс рассчитан на свою целевую аудиторию, которая и задает состав арендаторов — утверждает директор по коммерческой недвижимости Capital Group Петр Исаев. – К примеру, дискаунтер в ЦУМе или «Крокусе» — сомнительный выигрыш как для торгового центра, так и для компании-арендатора».

По словам генерального директора компании SELA Наталии Чиненовой, сегодня покупатели выбирают те торговые центры, в которых наиболее удачно подобран пакет брендов, где можно купить не только меха и золото, но и существует большой выбор одежды, начиная от премиум и заканчивая масс-маркетом.

Но для принятия таких решений управляющий должен постоянно держать руку на пульсе. «Если мы видим, что арендатор постепенно хиреет и перестает зарабатывать, то мы сразу же стараемся найти ему адекватную замену в этой же или другой более востребованной сегодня категории ритейлеров», – рассказывает Андрей Сухов. По его словам, предпочтения потребителей меняются довольно часто, и девелопер просто не имеет права заикливаться на первоначально выбранной концепции, а должен проводить постоянную ротацию арендаторов в зависимости от их востребованности покупателями. Именно поэтому вчерашние аутсайдеры сегодня становятся лидерами – и наоборот.

Свято место

Таким образом, утверждают как сами владельцы ТРЦ, так и арендаторы, в большинстве комплексов изменения в составе арендаторов были незначительными, а массового банкротства сетей не произошло. За время кризиса признали себя банкротами такие операторы как «Бананамата», R2, туроператор «Куда.ру». «Санрайз», «Санта Хауз», «Беталинк», «Дикая Орхидея» и ряд других. Но в большинстве случаев оказавшиеся на грани разорения ритейлеры попросту сменили хозяев и продолжили работать на рынке либо под старым брендом, либо войдя в состав холдингов покупателей. Такая участь, например, постигла сеть «Мосмарт», «АЛПИ» и «Вестер», которые перешли под контроль Сбербанка, сеть

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

19-20 апреля, № 53

«Патэрсон», вошедшую в состав X5 Retail Group, «Самохвал», ставший частью сети «Копейка» и т.д. Хотя ожидалось, что банкротств будет куда больше.

В результате в торговых центрах случилось незначительное перераспределение одних и тех же марок. Закрывшие свои магазины в одних торговых центрах ритейлеры переехали в другие, более подходящие им центры, а на их места пришли операторы, концепция которых больше соответствовала тем объектам. В некоторых объектах стало чуть больше небольших арендаторов, в другие пришли новые западные или региональные бренды, но костяк арендаторов московских ТРЦ все же сохранился.

«В торговых центрах, где представлен наши магазины, состав арендаторов особо не изменился, – рассказывает директор по развитию сети FINN FLARE Игорь Титов. – В основном, те игроки, которые были представлены, остались. В некоторых торговых центрах только добавились новые известные марки, в основном, западные». «С московского рынка ушли немногие, так как это финансовый центр», – говорит Петр Исаев.

По словам Булата Шакирова, из торговых центров Москвы в основном ушли компании, не выдержавшие кризиса и полностью разорившиеся. Но это было связано не с плохой работой торговых центров, а финансовыми проблемами самих сетей. «На смену этим операторам пришли другие бренды, сумевшие воспользоваться кризисом для своего развития – свято место пусто не бывает», – рассказывает Шакиров. К примеру, в торговых центрах ФПК «Гарант Инвест» ушла сеть R2, которая перестала существовать, а также разорившийся туроператор «Куда.ру». Но девелоперу с легкостью удалось заменить этих арендаторов на других, более устойчивых к кризису. Так, места «Куда.ру» занял оператор VKO Club, а вместо магазинов R2 были открыты другие одежные операторы.

То же самое было и с помещениями сети «Бананамата», которые с удовольствием заняла молодая и амбициозная компания «Дети» и другие операторы рынка детской розницы. После банкротства сети «Арбат Престиж» ее «прикормленные» помещения с радостью заняли такие сети как «Л'Этуаль» и «Рив Гош» (последняя даже пошла на замену дисконтных карт «Арбата» на свои «золотые» карты, сумев перехватить часть прежних клиентов конкурента). И такие примеры можно найти практически во всех секторах розничной торговли. Кроме того, в кризис на российский рынок вышло довольно много новых марок (в том числе и

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

19-20 апреля, № 53

региональных, например, сеть «Уютterra» или гипермаркет «ОКЕЙ», открывший свой первый в Москве магазин в ТРЦ «Золотой Вавилон»), которые заняли ниши, освободившиеся в результате банкротства некоторых сетей. К примеру, владельцы открытого в начале 2009 года ТРЦ «Метрополис» сумели привлечь к себе недорогих (тренд кризиса) но фактически эксклюзивных арендаторов вроде активно осваивающей столичный рынок сети H&M, а также Airfield, Basic Editions, Bebe, Caterina Leman, Coast, Gerard Darel и других, напоминает Елена Афанасьева. Многие выходящие на столичный рынок новые марки развиваются по франчайзингу, а интерес к ним, по мнению Андрея Сухова, формируют оставшиеся без работы предприимчивые люди, готовые сегодня запускать свой собственный бизнес, а не стоять на бирже труда.

«На каждом рынке есть компании, которые чувствуют себя неплохо даже в кризис и готовы расширять свой бизнес и занимать места прогоревших конкурентов. И это далеко не худший вариант», – подчеркивает Булат Шакиров. А ведь именно в условиях кризиса перед такими арендаторами горит зеленый свет. «Сегодня — хорошее время для активного развития, так как у таких операторов появилась реальная возможность получить в аренду хорошие места», – заключает Петр Исаев.

Средние арендные ставки в торговых центрах Москвы для разных типов арендаторов:

Гипермаркеты – 100-150 \$/кв.м. в год
Развлечения – 80-150 \$/кв.м. в год
Детские товары – 150-280 \$/кв.м. в год
Одежда – 500-3000 \$/кв.м. в год
Обувь – 200-2000 \$/кв.м. в год
Фуд-корт – 700-3000 \$/кв.м. в год

Источник: Blackstone Keeping Company

◆ BN.ru

◆ ◆ [К содержанию](#)

ОРИЕНТИРЫ: ОНИ ИДУТ К ВАМ

В ближайшей перспективе имеет смысл строить небольшие торговые центры или простенькие по архитектуре и досуговым возможностям ритейл-парки, считают консультанты и девелоперы.

Colliers International также находят перспективным строительство ТРЦ в не охваченных цивилизованной торговлей спальных районах. По данным маркетинговых исследований NAI Besag, торговых объектов районного масштаба в Москве около 7% от общего объема предложения в этом сегменте. У 91% введенных в 2009 г. комплексов площадь больше 60000 кв. м. «Однако покупатель ждет качественных объектов в шаговой доступности», — говорится в распространенном компанией пресс-релизе.

Больше, чем магазин

Открытие в марте ТРЦ «Речной» (первая очередь — 30000 кв. м, GLA — 20000 кв.м) от «Капитал Групп» рекомендацию подтверждает. Правда, «Речной» в будущем разрастется до двух корпусов общей площадью 117000 кв. м, соединенных общим переходом. А вообще-то строится объект как часть транспортно-пересадочного узла на ст.м. «Речной вокзал». Пока «за транспорт» отвечает парковка на 300 машино-мест на крыше 4-этажного здания. Расчетное количество посетителей — 50000 человек в сутки.

Однако не факт, что отказ от развлекательной составляющей в пользу «чистой торговли» для Москвы актуален, скорее наоборот. Кинотеатры и рестораны в торговых центрах показали себя неплохо в кризис, и та же «Капитал Групп», например, в проекте «Легенды Цветного» на 1-м этаже увеличила ресторанный зону за счет ритейла, рассказала на круглом столе в «Ведомости-Недвижимости» первый вице-президент компании Валентина Становова. Один из якорей «Речного» наряду с «Перекрестком», «М.Видео» и «Детским миром» — развлекательный центр «Космик». Кроме того, в этом ТЦ довольно большой фудкорт. Все вместе, по идее, должно «закрыть пробелы в торгово-развлекательной инфраструктуре данного района».

Также в марте введена в эксплуатацию вторая очередь торгового комплекса «Твой дом» (57000 кв. м, GLA — 26000 кв. м, по данным «Магазин магазинов / CBRE»). А в

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

19-20 апреля, № 53

апреле этого года Crocus Group планирует открыть Vegas — 400000 кв. м (130000 кв. м торговой площади), более 1 км по периметру, — на пересечении МКАД и Каширского шоссе. «Впервые двухуровневый парк экстремальных аттракционов (5000 кв. м), в центр которого интегрированы 18-метровое колесо обозрения, башня падения (19 м) и ледовая арена, организован в закрытом пространстве торгового комплекса», — говорится в пресс-релизе компании. Аскетизм этому шопинг-моллу чужд: аркады, стеклянные купола, пруд с фонтанами и подсветкой и прочая экзотика должны по замыслу девелопера «превратить процесс совершения покупок в захватывающее приключение».

На этом фоне ТЦ «Вива Бутово», открытие которого запланировано на конец апреля, совсем скромный (32000 кв. м, три этажа и парковка на крыше), зато это первый профессиональный торговый объект с развлекательной функцией в Северном Бутове. И, по мнению директора департамента управления объектами NAI Весаг в Москве Ирины Соколовой, может стать не только точкой притяжения покупательских потоков района (совокупное население Северного и Южного Бутова — 213000 человек), но и общественным центром, которого сейчас здесь просто нет.

Всего в 2010 г. ожидается открытие 16 новых ТРЦ, пять из которых по общей площади больше 100000 кв. м: кроме «Вегаса» это «Гагаринский» на ул. Вавилова (200000 кв. м, GLA — 70000 кв. м), Mall of Russia (180000 кв. м, GLA — 101000 кв.м) и GoodZone на Каширском шоссе (120000 и 70000 кв. м). По данным Knight Frank, в 2010 г. рынок торговой недвижимости может обновить рекорд 2009 г. по вводу в эксплуатацию торговых площадей: в планах девелоперов — завершить строительство более 1,44 млн кв. м. Так велика инерционность девелоперских проектов, которые проектировались в период экономического подъема 2006-2007 гг. Прирост предложения в 2011-2012 гг. не будет превышать 3000000-400000 кв. м в год, считают в Knight Frank.

Мини-мега

Предложение в строящихся ТЦ уже превышает спрос со стороны потенциальных арендаторов, отмечают в «Магазин магазинов / CBRE».

Весьма непросто сдавать площади в Mall of Russia, который AFI Development планирует открыть в конце года. «Это не 20000, не 30000 и даже не 70000 кв. м.

Это 100000 кв. м, и, не будем лукавить, ритейлеров стало меньше. На 30000-50000 кв. м, наверное, как раз хватило бы», — признавала на встрече в «Ведомости-Недвижимости» руководитель пресс-службы компании Наталья Иванова. Однако девелопер не намерен отступать от концепции и продавать площади по частям или приглашать «непонятных» арендаторов. «Если нашим покупателям не понравится в первый день, привлечь их потом будет намного дороже», — говорит Иванова.

Валентина Становова считает в настоящее время более успешной концепцию среднего ТЦ с развлекательной инфраструктурой, по возможности — у метро. Булат Шакиров, гендиректор ТЦ «Ритейл Парк» и «Пражский град», входящих в ФПК «Гарант-Инвест», согласен: 30000 кв. м — оптимальный размер для ТЦ и по вложению денег, и по заполняемости арендаторами, и по арендной ставке.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

ПЛОТНЫЙ РАЗГОВОР

Управляющая компания «Ингосстрах-инвестиции», держатель облигаций сети «Дикая орхидея», подала иск о ее банкротстве.

Московский арбитражный суд 16 апреля зарегистрировал два иска УК «Ингосстрах-инвестиции» к ЗАО «Дикая орхидея» и ЗАО «Бюстье», в которых требует признать их банкротами, рассказал представитель УК Роман Алексенцев. В базе суда информации об исках пока нет, но у «Ведомостей» есть копии исковых заявлений с отметками канцелярии суда о приеме. В канцелярию суда в пятницу дозвониться не удалось.

ЗАО «Дикая орхидея» — розничная сеть, включающая, по данным компании, около 270 магазинов «Дикая орхидея», «Бюстье», «Дефиле», «Бельевой базар». В апреле 2006 г. «Дикая орхидея» разместила облигационный заем на 1 млрд руб., а поручителем по выпуску выступило ЗАО «Бюстье», говорится в исковом заявлении.

УК «Ингосстрах-инвестиции» — держатель облигаций ЗАО «Дикая орхидея» на 53,5 млн руб., сообщил Алексенцев. Размер требований кредитора — 55 млн руб., из них 53,5 млн руб. — номинальная стоимость облигаций, 1,7 млн — купонный доход, остальное — возмещение судебных расходов, говорится в исковом

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

19-20 апреля, № 53

заявлении. Должники не исполняли свои обязательства перед УК, а предложенные условия реструктуризации долга УК не устроили, объясняет Алексенцев.

Основатель и основной акционер сети Александр Федоров подтвердил данные о размере долга. К 16 апреля «Дикая орхидея», по его словам, исковое заявление не получала. «Мы попытаемся договориться с УК «Ингосстрах-инвестиции», до сих пор мы не вели плотных переговоров о реструктуризации задолженности», — сказал Федоров. «Дикой орхидее» уже удалось договориться о реструктуризации обязательств с держателями более чем 90% облигаций, утверждает он. Ранее эту же цифру называл Михаил Автухов, вице-президент Связь-банка — агента по реструктуризации и держателя 20% выпуска. 14 мая московский арбитражный суд рассмотрит иск о банкротстве от поставщика «Дикой орхидеи» — ООО «Евромода». Ему сеть должна около 8 млн руб. Ранее Федоров сообщал, что стороны ведут переговоры о мирном урегулировании конфликта. Связаться с представителем «Евромоды» не удалось.

В апреле кредитный комитет Сбербанка пролонгировал ЗАО «Группа «Дикая орхидея» долг в 422 млн руб. до 1 июля 2010 г. с возможностью дальнейшей реструктуризации всей суммы задолженности, рассказывал ранее Федоров. Одно из условий — к 1 июля «Дикая орхидея» должна договориться о реструктуризации со всеми держателями облигаций, пояснял он. По его словам, долг компании перед Сбербанком составляет 1,6 млрд руб. (общий долг — 3,38 млрд). В залоге у Сбербанка находится 50% плюс 1 акция ЗАО «Дикая орхидея», фабрика по производству белья в Смоленской области, недвижимость, а также все торговые марки компании.

Получить комментарии в Сбербанке не удалось.

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Hotel

AZIMUT ЗАПУСТИТ СЕТЬ ОТЕЛЕЙ ДЛЯ ОТДЫХА

Гостиничная компания Azimut Hotels, прежде специализировавшаяся исключительно на бизнес-отелях, решила развивать сеть отелей для отдыха под брендом Azimut Resort.

Как рассказал гендиректор Azimut Hotels Company Александр Гендельсман, первым объектом станет загородный отель «Новый берег» на Пироговском водохранилище в Подмосковье. Договор на управление гостиницей «Новый берег» сроком на 20 лет был подписан в середине апреля.

По его словам, объект, который получит название «Азимут Отель Новый берег», станет первым загородным активом сети. С его появлением Azimut планирует вывести на рынок новый бренд — Azimut Resort, под который планируется перевести «Азимут Отель Кострома», работающий в схожем формате.

Гендельсман уточнил, что решение о формировании нового суббренда будет принято после подписания еще одного-двух контрактов на управление.

По данным «РБК Daily», согласно договоренности с собственниками «Нового берега» Azimut должен в ближайшие два года вывести отель на докризисный уровень рентабельности. Так, до кризиса средняя загрузка отеля, по словам Гендельсмана, составляла 60%, в кризис она снизилась до 45%.

В настоящее время Azimut ведет активные переговоры по заключению договоров на управление resort-отелями в макрорегионе «Москва» — это Тула, Тверь, Смоленск, Ярославль и Рязань. Параллельно сеть развивается в сегменте бизнес-отелей. Сейчас Azimut рассматривает варианты в Москве, Новосибирске, Краснодаре, Омске, Воронеже, а также Киеве и Алма-Ате, добавил Гендельсман.

◆ Арендатор.ру

◆ ◆ [К содержанию](#)

RENAISSANCE MOSCOW MONARCH CENTRE ОТКРЫЛСЯ НА ЛЕНИНГРАДСКОМ ПРОСПЕКТЕ

Столичный рынок гостиничной недвижимости пополнился еще одним объектом.

Им стал новый отель Renaissance Moscow Monarch Centre, расположившийся по адресу: Ленинградский проспект, 31а, стр.1.

Согласно сообщению гостиничной сети Marriott International, номерной фонд пятизвездного отеля составляет 366 комнат различных категорий, в том числе 40 номеров категории «люкс» для длительного проживания. Гостиница стала вторым отелем этого бренда в Москве. Объект вошел в состав многофункционального «МонАрх-Центра». Отелем управляет по франшизе компания Interstate Hotels & Resorts.

Кроме всего прочего, в состав Renaissance Moscow Monarch Centre входит 12 банкетных, конференц-залов и просторное фойе общей площадью 2500 кв. м.

◆ [Арендатор.ру](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

Regions

ОРИЕНТИРЫ: БРОУНОВСКИЙ КРУГОВОРОТ КЛЕРКОВ

В начале 2010 г. арендные ставки на офисные помещения в Петербурге перестали снижаться, а некоторые собственники бизнес-центров впервые с начала кризиса даже слегка увеличили прайсы.

Между тем рынок продолжает напоминать развороченный улей: массовые переезды арендаторов, под знаком которых прошел весь прошлый год, продолжаются. Переезды эти происходят на фоне резко увеличившегося разрыва в арендных ставках между офисными комплексами, расположенными в престижном центре и на городской окраине. Цены на офисы в обжитом здании класса С в окрестностях Невского и в новеньком билдинге где-нибудь в Старой Деревне, претендующем на класс А, могут различаться в 1,5 раза — и не в пользу последнего. Если же сравнивать объекты сопоставимого качества, разница может достигать 2,5-3 раз: на периферии высококачественные площади предлагают порой по 700 руб. за 1 кв. м в месяц, 1 кв. м эксклюзивных объектов в центре стоит до 2000 руб. Но если офисы в историческом центре арендаторы берут, практически не торгуясь, то на окраинах реальные суммы договоров могут отличаться от запрашиваемых на четверть, а то и наполовину, отмечают в компании Maris Properties / CBRE.

Нельзя сказать, что на рынке преобладают центробежные тенденции. Движение арендаторов по рынку в поисках лучшей доли носит скорее броуновский характер.

В Colliers International приводят примеры крупных переездов: компания Yota переехала с Васильевского острова в Приморский район, в БЦ «Атлантик-Сити», заняв там более 7000 кв. м. Концерн «Кодекс» переехал с окраинной площади Мужества на Петроградскую сторону, арендовав офис почти такого же размера. IT-компания «Аркадия» сменила район ст.м. «Технологический институт» на Заневский проспект, а ТНК-ВР — Итальянскую улицу (зона Невского) на БЦ «Сенатор» на ул. Профессора Попова (Петроградка). Компания Valio предпочла Приморский район Васильевскому острову, а Ансор переехала с Петроградской стороны в центр.

Commercial Real Estate Market DIGEST NEWS

19-20 апреля, № 53

«Миграция происходит по всему городу, — рассуждает Вероника Лежнева, старший аналитик отдела исследований Jones Lang LaSalle. — В первой половине 2009 г. все бежали из центра, потому что собственники БЦ с престижной локацией не спешили снижать ставки. В результате объем вакансий в премиальном сегменте увеличился более чем вдвое — до 25%. В III квартале произошел ценовой перелом и фирмы потянулись обратно. Если в конце 2008 г. премиум-офисы сдавались в среднем по \$1000 за 1 кв. м в год, то в конце 2009 г. — уже по \$550».

Просторные паркинги и эффективные планировки, которыми могут похвастаться окраинные БЦ, — хороший аргумент для арендатора, когда он просто не может позволить себе офис в центре, считает Лежнева. Если же ставки снижаются до приемлемых, формула «локация, локация и еще раз локация» начинает работать в полной мере. «Год назад для многих компаний приоритетной была цена. Сейчас все успокоилось и внимательно анализируют, что они могут получить за деньги, заложенные в их арендных бюджетах, — комментирует Валерий Хламкин, директор по развитию VMB Trust. — Кроме того, решение о переезде для большинства фирм сложное и вынужденное. Поэтому грамотная УК не допустит ухода значимого клиента».

Объекты на периферии с разумной ценой заполняются довольно активно. Например, первая очередь БЦ «Вант» категории В+ (около 11000 кв. м, сдана в эксплуатацию осенью прошлого года) рядом со ст.м. «Пролетарская» (рабочий район, где современные деловые центры — экзотика) заселена уже на 50%. До конца года собственник решил ввести вторую очередь такого же размера. Запрашиваемая ставка не превышает 650 руб. «В Кировском районе жизнь тоже кипит. Объекты, которыми мы управляем, заполнены на 80-90%. Средний уровень цен на периферии — 600 руб. за 1 кв. м в месяц. Хотя у нас есть соседи, которые предлагают офисы и по 300 руб. за 1 кв. м», — делится Анна Деркач, гендиректор компании «Практис. Управление и эксплуатация». На более высокие ставки — около 800 руб. за 1 кв. м в месяц — могут рассчитывать БЦ, расположенные в окраинных деловых зонах, которые пока только формируются в Петербурге (например, в Пулково, на пл. Конституции и др.).

Арендаторы прежде всего переселяются не «из центра» или «в центр», уверен Михаил Гусев, руководитель департамента бизнес-центров МК ПСБ: «Они покидают объекты, где нет профессиональной управляющей компании, а собственники ведут

себя негибко. В их БЦ как раз и освобождаются этажи. Сейчас самое благодатное время как для УК, так и для брокеров».

◆ [Ведомости](#)

◆ ◆ [К содержанию](#)

КОМПАНИЯ "ЛИДЕР" ДО 2014Г ПЛАНИРУЕТ ПОСТРОИТЬ 2 ТРК OZ В САРАТОВЕ И СОЧИ

ООО "Лидер" планирует построить - помимо торгово-развлекательного центра в Краснодаре - ввести еще два ТРК OZ в других регионах России.

Объем инвестиций в каждый проект составляет до 250 млн евро.

"Первый из них появится в Саратове, затем будет открыт центр в Сочи. При этом они будут чуть меньше ТРК, достраиваемого нами в Краснодаре", - пояснил И.Аверкин, генеральный директор компании.

По его словам, строительство новых комплексов может завершиться к 2013-2014 году, каждый центр будет иметь необычную архитектурную форму.

Как сообщалось, ООО "Лидер" начало строительство ТРЦ Oz-Молл в Краснодаре в марте 2007 года. Планируемые инвестиции - \$290 млн. Заказчиком проекта выступает AIM Property Development.

Во вторую очередь комплекса войдут ледяной каток на 1 тыс. кв. метров, детский кинотеатр на 4 тыс. кв. метров, фудкорт, торговые галереи. Общая площадь центра составит 220 тыс. кв. метров.

◆ [Интерфакс](#)

◆ ◆ [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](#)