коммерческая недвижимость

Померяться коридорами

Главная улица Петербурга может быть привлекательнее столичной

street-retail

Невский проспект, главный торговый коридор Петербурга, обогнал Тверскую улицу Москвы по ряду показателей в сегменте street-retail.

Аналитики группы компаний RRG сравнили два главных торговых коридора страны: петербургский Невский проспект (от Московского вокзала до Адмиралтейства) и столичную «объединенную» Тверскую, включающую Тверскую и 1-ю Тверскую-Ямскую улицы.

Результаты оказались несколько неожиданными: главная улица Северной столицы обладает по ряду показателей большим потенциалом для арендаторов street-retail, нежели ее аналог в Первопрестольной.

Начальные данные у Невского и Тверской во многом схожи: длина — около 2,9 километра, количество станций метро тоже примерно равное. Эффективная ширина тротуаров (крайне важная для street-retail характеристика) практически одинаковая — 3–6 метров.

Автомобильный трафик тоже отличается не в разы, находясь в диапазоне 50–80 тыс. в сутки. Правда, для формата street-retail часто важнее трафик не автомобильный, а пешеходный, и вот тут уже начинаются серьезные различия. Согласно подсчетам RRG, Невский со своим показателем 40–55 тыс. чел в сутки опережает Тверскую (в промежутке от Охотного ряда до Пушкинской площади в лучших местах ежедневно проходит от 35 до 50 тыс. человек, а от пл. Маяковского до пл. Тверской Заставы — от 7 до 10 тыс. человек в сутки). Суммарный трафик через станции метро, выходящие на объединенную Тверскую, — 311,8 тыс. человек в сутки, а на Невском — 595 тыс. человек в сутки. Из чего уже следует, что Невский переигрывает Тверскую хотя бы по числу потенциальных посетителей объектов формата street-retail.

АЛЕКСАНДР ПЕТРОСЯН

По пешеходному трафику Невский опережает Тверскую. Связано это с тем, что на главной магистрали Петербурга есть что посмотреть туристам

«Основная причина более высокого трафика на Невском — обилие туристических и культурных объектов, — поясняет председатель совета директоров группы компаний RRG Денис Колокольников. — Если в столице туристы рассматривают Тверскую больше как торговую и бизнес-улицу, нежели прогулочную, то через Невский проходят основные туристические маршруты, да и сами горожане активно посещают проспект. В частности, именно по этой улице большинство людей проходят от станций метро „Невский проспект“ и „Гостиный двор“ к Дворцовой площади, Казанскому собору и другим достопримечательностям. Неслучайно именно на отрезке от дома 32–34 и до начала улицы наблюдается самый высокий пешеходный трафик». Таким образом, главный питерский торговый коридор соответствует западному формату топового street-retail. Кроме того, в Петербурге только одна такая «мощная» улица: конкурентов ей практически нет.

Крайне важным показателем является также «непрерывная плотность витрин» (длина участка улицы, где магазины следуют один за другим). «Люди, которые просто прогуливаются по улице (а street-retail в центре города ориентирован именно на таких покупателей), увидев, что магазины „закончились“, могут перейти на другую сторону или свернуть на соседнюю улицу. Поэтому для эффективного торгового коридора крайне важна непрерывность витрин», — поясняет Денис Колокольников. Главный петербургский торговый коридор в этом плане выглядит опять же предпочтительнее: здесь есть три участка «непрерывных витрин» — 320, 320, 410 м. На объединенной Тверской таких участков четыре, но они несколько короче: 220, 230, 240, 250 м.

Сегодня объединенная Тверская представлена 245 объектами street-retail, в то время как на Невском 288 помещений. При этом наблюдаются существенные различия в составе арендаторов помещений.

Невский проспект выполняет функцию не только главного торгового, но и главного туристического маршрута. Поэтому примерно треть помещений street-retail — это предприятия общепита. Одежда, обувь и аксессуары также широко представлены: в объеме, аналогичном основной части Тверской улицы. Более того, уже сложилось определенное функциональное зонирование Невского и прилегающих улиц. Например, Малая Садовая, по сути, представляет собой «фуд-корт» под открытым небом. «Сама улица как будто создана для размещения кафе и ресторанов, — комментирует Денис Колокольников. — Она расположена перпендикулярно к Невскому проспекту, в самой оживленной его части, но серьезного сквозного трафика там нет. Так что люди имеют возможность, не удаляясь от основного маршрута, посидеть в тихом месте».

Что касается Тверской, то это более деловая улица. «Первую скрипку» там тоже играют предприятия общепита, но их доля составляет лишь 23%. В то же время почти каждое шестое помещение занято банком (а в зоне 1-й Тверской-Ямской — каждое третье помещение), что опять же вполне обоснованно: здесь гораздо больше офисов, а неподалеку располагаются государственные учреждения.

Уровень вакантных площадей на обеих улицах низкий: на объединенной Тверской, по оценкам RRG, он составляет 5–6%, на Невском — 4–5%. Что говорит о более высоком уровне востребованности петербургского торгового коридора по сравнению с московским.

Еще более любопытным выглядит сравнение арендных ставок двух улиц. В докризисном 2007 году арендная плата на Невском в топовых локациях держалась на уровне $6 тыс. за кв. м в год. В глубоко кризисном 2009-м серьезное падение наблюдалось и там, и там: Невский «упал» до $1,5–2,5 тыс. за квадратный метр в год, Тверская — до $3–4 тыс. Сегодня Невский в лучших местах достиг показателя $5–6 тыс. за квадратный метр в год, практически поднявшись на докризисный уровень, а Тверская, дотянув до отметки $8,5 тыс., еще очень далека от докризисных показателей.

«При этом цены продаж на Тверской (в классической ее части от Охотного ряда до Пушкинской) составляют от $50 тыс. до $70 тыс. за квадратный метр первого этажа, а на Невском еще можно уложиться в диапазон $30–50 тыс., даже в лучших локациях», — утверждают в RRG.

Выборка предложений помещений на продажу и на Тверской, и на Невском предлагает лишь несколько помещений на всей его протяженности. Но если цены продажи помещений на московской улице не сильно отличаются, то в Санкт-Петербурге процесс «выравнивания» еще в самом разгаре. В частности, торговые объекты, расположенные в середине улицы, скорее всего на этом уровне и зафиксируются в ближайшее время. Максимальный пешеходный и автомобильный трафик в этом месте дает возможность получать стабильный и высокий арендный доход, но при этом и цена продаж здесь максимальна.

А вот на более «дешевом» начальном отрезке проспекта, цены, скорее всего, в ближайшее время «пойдут в рост». В первую очередь — из-за открытия в начале Невского новой станции метро «Адмиралтейская», появление которой существенно увеличило пешеходный поток. «По нашим замерам в районе дома номер 11/2 по Невскому проспекту и Малой Морской, около которого находится „Адмиралтейская“, до открытия станции метро проходило 12,8 тыс. человек в сутки, через месяц после открытия — 22,4 тыс. человек в сутки, через два — 29,5 тыс. человек в сутки», — говорит Денис Колокольников.

Тверская же пока не может похвастаться такими результатами. Увеличение проходимости в ее самой «слабой» части, на отрезке между площадью Маяковского и Белорусским вокзалом, возможно после окончания реконструкции площади Тверской Заставы. Поскольку подземного торгового центра не будет, трафик серьезно не вырастет. Такая ситуация не может не влиять на цены: нижняя ценовая планка продаж здесь установлена на отметке $25–30 тыс. за кв. м, однако учитывая вышеперечисленные характеристики этого отрезка 1-й Тверской-Ямской улицы, наладить здесь оживленную торговлю будет довольно сложно. Однако по завершении реконструкции картина резко изменится.

«Впрочем, при всех „спорах“ Тверской и Невского несомненно одно: альтернатив этим двум улицам в стране нет и не будет, — подводит итог Денис Колокольников. — Исторически торговые, эти улицы в долгосрочной перспективе будут только дорожать, являясь настоящими „голубыми фишками“ коммерческой недвижимости и „невосполнимым ресурсом“ в „вечных“ местах».

Всеволод Щербаков, заместитель директора департамента консалтинга «Colliers International Санкт-Петербург», в целом согласен с результатами исследования компании RRG, хотя и считает, что в исследовании есть некоторые неточности и «притянутые» выводы. «Например, такой показатель, как уровень вакантных площадей — разница в цифрах является скорее погрешностью вычислений, чем значимой для выводов исследования. Или рассуждения об увеличении пешеходного потока в связи с открытием „Адмиралтейской“: во-первых, мы не знаем, что бы было, если бы открылось метро на Тверской, во-вторых, мы не знаем, насколько при этом уменьшился трафик на других станциях метро, расположенных на Невском проспекте».

ДЕНИС КОЖИН

НА ДРОЖЖАХ ОБЩЕПИТА

Операторы общепита сегодня являются наиболее активными игроками на рынке коммерческой недвижимости Петербурга. Сегодня основные арендаторы в этом сегменте — семейные рестораны средней ценовой категории, кофейни и фастфуды минимального формата, отмечают эксперты АРИН.

«Среди требований, которые арендаторы предъявляют к объектам, — хорошее месторасположение, наличие мощностей и надлежащим образом оформленные документы для получения лицензирования на объекте», — рассказывает Ольга Фахрутдинова, заместитель директора департамента коммерческой недвижимости АРИН.

Основные различия в требованиях к помещениям в метраже и технических характеристиках. Рестораны предпочитают объекты площадью 200–500 кв. м в спальных районах или центральной части города, кофейни часто любят арендовать площадки 100–200 кв. м в локациях с высоким пешеходным трафиком. Фастфуды минимального формата предпочитают маленькие объекты — 50–150 кв. м.

Ольга Фахрутдинова говорит, что кофейни хотят витринные окна, рестораны любят террасы — хорошая локация необходима для успеха проекта наряду с интересной концепцией. «Например, за последний год в Санкт-Петербурге пользуются успехом рестораны с панорамным видом. Рестораторы готовы бороться за такие места, — отмечает госпожа Фахрутдинова. — К сожалению, в центре города большинство зданий являются памятниками архитектуры и не позволяют реализовывать подобные проекты. При реконструкции инвесторы сталкиваются с огромными проблемами».

Средние ставки для кофеен составляют 2,5–8 тыс. руб. за кв. м в месяц, для фастфуда — 2,5–6 тыс. руб., для семейных ресторанов — 1,2–3 тыс. руб.

Рынок активно развивается, появляются интересные проекты. Например, один из операторов общепита в последние полгода задал высокий темп развития в данном сегменте, открывая рестораны различного формата. В результате компания столкнулась с проблемой подбора персонала и организовала свой обучающий центр, арендовав для этого торговый комплекс.

«В Санкт-Петербург, по примеру Москвы, придут ночные клубы и рестораны иностранных и российских знаменитостей, — прогнозирует Ольга Фахрутдинова. — Сегодня у нас уже есть заявки на поиск помещения для таких объектов». Можно ожидать и роста в сегменте фастфуда из-за выхода новых сетей, которые могут занять определенную долю рынка быстрого питания. **Денис Кожин**

ЭНЕРГО ЛОГИСТИК

Логистический терминал класса А
Московское шоссе, д. 235 (5 км от КАД)
Тел. +7 812 459 97 95
www.energo-logistic.ru

3PL логистический оператор

- складские услуги любой сложности
- транспортные услуги
- автоматизированная система управления складом
- 35 единиц электрической погрузо-разгрузочной техники
- 35 порталов приемки
- высота потолков — 14,2 м, 7-ярусное хранение
- общая площадь склада — 20 000 кв. м
- контроль влажности и температуры

Реклама

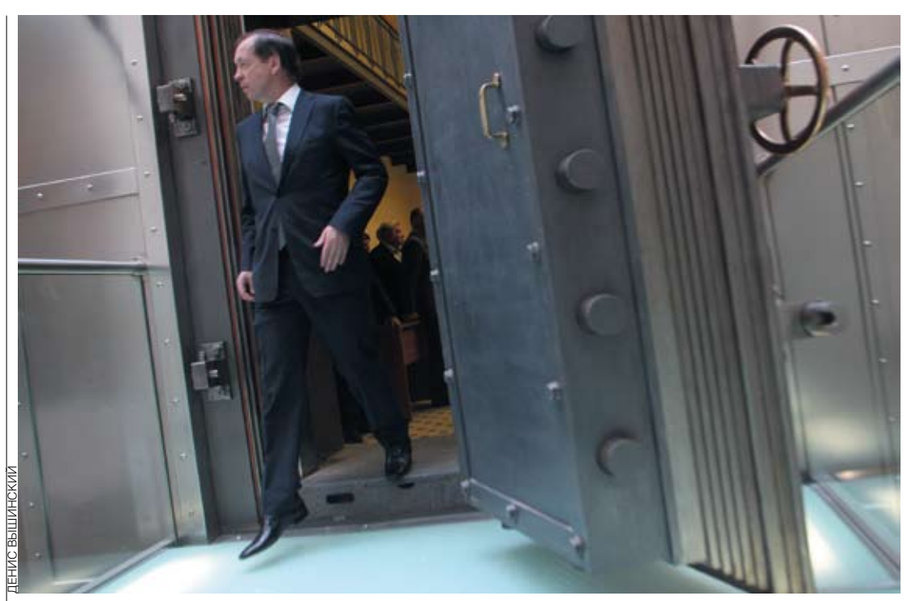
Банки в поисках помещений

Специфическим арендаторам не хватает предложения

финансы

Стрит-ритейл — один из наиболее активно развивающихся сегментов коммерческой недвижимости. Основными драйверами его роста выступают заведения торговли, общепита и финансовой сферы. Однако последняя категория арендаторов очень взыскательна к качеству помещений — далеко не все площадки пригодны под банковский офис, говорят участники рынка. Из-за этого спрос на помещения для банковских офисов всегда превышает предложение.

Готовых свободных помещений, приспособленных под организацию офиса банка, в Петербурге практически нет. В связи с чем кредитная организация вынуждена искать в аренду или в собственность помещения, наиболее подходящие по планировке с целью их дальнейшего переоборудования под свои требования. «Поскольку кредитные организации и их дополнительные офисы должны располагаться на первых этажах с отдельными входами, то арендные ставки для таких помещений соответствуют цене аренды за подобного рода универсальные помещения, — рассуждает Марина Каширина, специалист по коммерческой недвижимости «НДВ СПб». — Это связано, прежде всего, с требованиями, предъявляемыми к помещениям кредитной организации, в которых совершаются операции с ценностями, и банкоматам, изложенными в нормативных документах Банка России».



ДЕНИС ВЫШИНСКИЙ

Помимо всего прочего, банковские помещения должны отвечать требованиям, предъявляемым Центробанком России

«Сегодня действительно есть дефицит банковских площадок. Это обусловлено тем, что банки чаще всего рассматривают помещения у метро и на основных магистралях города. Подобные локации интересны всем арендаторам, поэтому чаще всего интересующие объекты уже сданы. Кроме того, для банков важны „чистота“ помещения и наличие всех необходимых документов, что тоже способствует дефициту объектов для таких операторов», — подтверждает Екатерина Лапина, директор департамента коммерческой недвижимости АРИН.

Екатерина Лапина говорит, что с начала года арендные ставки выросли, особенно на ликвидные помещения. «Прирост составил порядка 30–50 процентов. В целом ставки те же, что и для других помещений стрит-ритейла», — говорит она.

«Зачастую небольшие отделения банков открываются в торговых центрах, что является дополнительным плюсом для посетителей. В среднем арендная ставка на помещения для банков выше на 20–30 процентов, чем, например, для операторов fashion-галереи», — добавляет Роман Евстратов, директор департамента торговой недвижимости «S.A.Ricci — Санкт-Петербург».

«В 2009–10 годах отдельным спросом пользовались готовые банковские помещения, освободившиеся в кризис. Такие варианты существенно снижали первоначальные инвестиции в открытие отделения банка, и те банковские структуры, которые первыми вернулись к развитию розничной сети, получили дополнительное преимущество. Сегодня предложение таких помещений практически отсутствует», — вспоминает Роман Евстратов.

Исполнительный директор по коммерческой недвижимости ООО «КВС» Дмитрий Беляев с этой точкой зрения не согласен, он уверен, что помещения под банковские офисы всегда были в дефиците: «То, что некоторые банки ушли с рынка, закрыли свои офисы, не уменьшило спрос на ликвидные помещения, соответствующие всем перечисленным требованиям. Когда один банк освобождает офис, его моментально занимают, поскольку фактически банк получает готовое помещение для ведения бизнеса. Зачастую головные офисы банков располагаются в центральной части города, в помещениях на первой линии домов или в бизнес-центрах класса А».

Он добавляет, что банки являются наиболее привлекательными и стабильными арендаторами. Как правило, они занимают помещение на долгосрочной основе (договоры до трех лет).

Особые требования

Для совершения операций с ценностями кредитная организация обязана оборудовать кассовый узел и кассовый зал. Кассовый узел должен располагаться компактно и изолированно от других помещений, как правило, на первом этаже здания. Размещение помещений кассового узла должно исключать возможность нахождения в них лиц, не являющихся сотрудниками кассового подразделения.

(Окончание на стр. 23)

Тематические страницы отпечатаны в типографии ООО «ЛД-ПРИНТ» 196644, Санкт-Петербург, Колпинский р-н, пос. Саперный, территория предприятия «Балтика», д. 6/н, лит. Ф. Заказ № 4328