

По итогам 2012 года инвестиции в коммерческую недвижимость России могут достигнуть \$6,5 млрд, прогнозируют эксперты. По итогам третьего квартала на российском рынке были заключены сделки по приобретению ряда объектов коммерческого назначения на общую сумму, превышающую \$1 млрд. При этом предпочтения у инвесторов, вкладывающих в недвижимость Петербурга, и у инвесторов, работающих со столичной недвижимостью, разнятся.

Разница в предпочтениях

ИНВЕСТИЦИИ

Международная консалтинговая компания Knight Frank подвела итоги по инвестициям в коммерческую недвижимость России в третьем квартале 2012 года. Согласно исследованию, по итогам квартала на российском рынке были заключены сделки по приобретению ряда объектов коммерческого назначения на общую сумму, превышающую \$1 млрд.

Таким образом, совокупный объем сделок с объектами коммерческой недвижимости за девять месяцев с начала года составил \$4,5 млрд. Стоит отметить, что еще по нескольким знаковым для рынка проектам ведутся переговоры, что позволяет рассчитывать на достижение по итогам года уровня в \$6,5 млрд. Данный результат уступает показателю предыдущего года 20%. При этом стоит понимать, что рекордные показатели 2011 года (\$8 млрд) в том числе были обусловлены значительным объемом отложенного спроса и весьма благоприятной ситуацией, сложившейся в тот период в финансовой сфере. Анализ результатов прошлых лет (\$3,6 млрд по итогам 2010 года, около \$3 млрд по итогам докризисных 2008 и 2007 годов) явно демонстрирует положительную динамику показателя.

Традиционно около 90% совокупного объема инвестиционных сделок по



В текущем году на инвестиционном рынке Санкт-Петербурга наблюдается активность как институциональных инвесторов, так и крупных девелоперских компаний

итогам третьего квартала 2012 года и 68% за период с начала года пришлось на московский рынок. По-прежнему наибольший интерес для инвесто-

ров в московский рынок представляют премиальные офисные объекты, о чем свидетельствуют сделки, закрытые за первые девять месяцев 2012 года. Так,

компания O1 Properties приобрела два бизнес-центра класса А — «Дукат Плейс III» и «Серебряный город», а в рамках портфеля активов компаний «Уникор» во вла-

дение ГК «БИН» перешел БЦ Summit.

Также аналитики Knight Frank отмечают вновь наметившийся рост числа покупок офисных площадей

коммерческими компаниями (в первую очередь банками) для собственного использования. Например, Райффайзенбанк и Альфа-банк приобрели здания в «Нагатино ILand».

Алан Балоев, заместитель директора департамента инвестиций и продаж компании Knight Frank, отмечает: «Текущий период характеризуется общим сокращением инвестиционных активов институционального качества, которые консолидируют в своих портфелях крупнейшие российские инвесторы. В связи с этим будет расти интерес инвесторов к качественным девелоперским проектам на различных стадиях реализации».

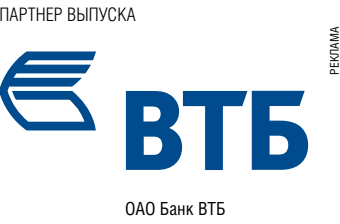
Николай Пашков, генеральный директор Knight Frank St. Petersburg, рассказал: «В текущем году на инвестиционном рынке Санкт-Петербурга наблюдается активность как институциональных инвесторов, так и крупных девелоперских компаний. Например, в августе завершилась сделка по продаже ТЦ „Суперсисва“ в Приморском районе Петербурга (ул. Савушкина, 119), переговоры по которой длились полтора года». Покупателем стал инвестиционный фонд под управлением Jensen Group, собственник — финская компания, брокер сделки — Knight Frank St. Petersburg.

Еще одной крупной сделкой стала покупка компанией NAI Bescag торгового центра «Смайл», распо-

женного в Невском районе. Сумма сделки составила 510 млн рублей. Торговый центр «Смайл» находится на пр. Большевиков. Общая площадь ТЦ составляет 10 969 кв. м. «До недавнего времени здание торгового комплекса принадлежало ООО „Донк“. Торговый центр располагается в отдельно стоящем трехэтажном здании. Почти весь первый этаж занимает парковка на 150 машино-мест», — рассказали в пресс-службе NAI Bescag. «Смайл» позиционируется как комплекс микрорайонного масштаба. В зоне десятиминутной пешеходной доступности от ТЦ проживает более 40 тыс. человек.

«Приобретение ТК „Смайл“ — это результат нашей политики по усилению позиций компании NAI Bescag в сегменте Asset Management как управляющего партнера», — отметил президент NAI Bescag Александр Шарапов. — Напоминаю, что это уже не первый объект соинвестирования: весной 2012 года мы с партнерами приобрели коттеджный поселок в Техасе. При выборе доходных объектов мы ориентируемся на два параметра. Во-первых, возможности по улучшению управления объекта, и, как следствие, это потенциал роста доходности объекта в ближайшей перспективе. Во-вторых, локация экономически перспективна для развития окружающей среды. (Окончание на стр. 18)

Подписчики получают цветные тематические страницы: «Дом», «Телеком», «Банк», «Страхование», «Стиль», «Рождество» и другие.



страница 19

Призрак дефицита не отступает
Рынок пополнился новыми предложениями, но нехватка помещений все еще ощутима

страница 20

Развитие по шаблонам
Торговые центры предпочитают стандартных якорных арендаторов и концентрируются в обжитых районах

страница 22

Померяться коридорами
Главная улица Петербурга может быть привлекательнее столичной

Эффективные решения для управления финансами

Комплексное обслуживание

www.szrc.vtb.ru, 8 (800) 200-77-99

Широкий спектр банковских услуг и индивидуальный подход — оптимальное решение для Ваших повседневных бизнес-задач.

ОАО Банк ВТБ. Генеральная лицензия Банка России № 1000

Реклама

коммерческая недвижимость

Призрак дефицита не отступает

Рынок пополнился новыми предложениями, но нехватка помещений все еще ощутима

склады

В третьем квартале 2012 года было введено в эксплуатацию только 13 тыс. кв. м качественных складских площадей. Однако этот объем полностью приходится на объекты, возведенные компаниями для собственного использования; ни одного качественного спекулятивного объекта в отчетном периоде введено не было.

За первые восемь месяцев нынешнего года было введено около 156 тыс. кв. м новых складских помещений — рекордная за последние годы цифра. Но и она не способна побороть нехватку качественных помещений, что, по прогнозам аналитиков, выльется в рост ставок.

На фоне высокого уровня спроса это привело к усилению дефицита доступного для аренды спекулятивного предложения: на конец третьего квартала 2012 года на рынке Санкт-Петербурга в аренду предлагается лишь около 50 тыс. кв. м. В Knight Frank St. Petersburg отмечают, что этот объем преимущественно распределен между несколькими складскими комплексами блоками по 2–4 тыс. кв. м, а блоки площадью свыше 4 тыс. кв. м могут быть арендованы лишь в крайне ограниченном количестве объектов.

Всего, по данным Knight Frank St. Petersburg, за первые восемь месяцев 2012 года было введено в эксплуатацию почти 156 тыс. кв. м складских площадей. Причем около 110 тыс. кв. м этого объема приходится на новые спекулятивные комплексы, которые вышли на рынок впервые с 2010 года. Помимо проектов Nordway (класс А) и СТК (класс В), ввод которых состоялся в первом квартале текущего года, во втором квартале была также введена в эксплуатацию первая очередь спекулятивного складского комплекса класса В «Орион» площадью



Наиболее активными арендаторами на складском рынке Санкт-Петербурга являются торговые операторы

10 тыс. кв. м. Оставшуюся часть нового предложения составляют качественные складские комплексы, возведенные компаниями для собственных нужд. В целом по итогам первого полугодия 2012 года почти 63% всего нового ввода пришлось на класс В.

Директор департамента брокериджа NAI Bescag в Санкт-Петербурге Александра Смирнова приводит немного иные цифры: «В первом полугодии 2012 года предложение качественных спекулятивных складов пополнилось на 164 тыс. кв. м, данный объем в 13,5 раза превышает аналогичный показатель первого полугодия 2011 года, в котором был введен лишь один складской комплекс

класса А общей складской площадью 12 тыс. кв. м. Данный прирост предложения является максимальным за последние несколько лет: в первой половине 2012 года ввелось больше качественных складских площадей, чем с 2010-го по 2011 год».

Скупка на стадии строительства
Исполнительный директор по коммерческой недвижимости ООО «КВС» Дмитрий Беляев говорит, что срок экспозиции наиболее ликвидных помещений весьма короткий — до трех месяцев, при этом наиболее активными арендаторами на складском рынке Санкт-Петербурга являются торговые операторы.

Коммерческий директор «Энерго-логистик» Павел Смирнов отмечает, что строящиеся складские объекты зачастую сдаются в аренду еще до ввода в эксплуатацию. «Что касается дефицита складских площадей, то можно отметить дефицит на склады класса А метражом до 2000 кв. м», — говорит он.

Дмитрий Беляев говорит, что в данный момент активно развивается формат built-to-suit, когда строительство объекта происходит под конкретного клиента, с учетом его требований и особенностей. «Такая схема сотрудничества между девелопером и клиентом получила широкое распространение в Европе», — говорит он.

По данным Knight Frank St. Petersburg, в третьем квартале текущего года так же, как и в первом полугодии 2012 года, спрос на качественные складские площади оставался стабильно высоким, а совокупное поглощение спекулятивных складских площадей за три квартала 2012 года составило около 90 тыс. кв. м, и это почти половина годового объема 2011 года. Такой невысокий объем поглощения при значительном уровне спроса связан с отсутствием подходов для аренды площадей.

В третьем квартале этого года на фоне высокого уровня спроса доля свободных площадей в среднем по рынку упала чуть больше чем на 1 п. п., со-

ставив на конец квартала 5% в классе А и 5,2% в классе В.

Анализ запросов, поступивших в компанию Knight Frank St. Petersburg от потенциальных арендаторов, показал, что число заявок на блоки площадью более 7 тыс. кв. м выросло в три раза по сравнению со вторым кварталом текущего года.

Ставки реагируют слабо
Вернувшийся на рынок дефицит свободных для аренды качественных складских площадей, по данным Knight Frank St. Petersburg, пока не отразился на ставках аренды, которые в третьем квартале 2012 года остались на уровне конца первого полугодия текущего года: \$120–127 за кв. м в год (triple net) в классе А и \$117–120 за кв. м в год в классе В. Коммерческий директор компании «Энерго-логистик» Павел Смирнов, впрочем, считает, что ставки на аренду все-таки росли, хоть и плавно: «Увеличение в среднем произошло в пределах инфляции». По данным NAI Bescag, арендные ставки на складские помещения в обоих классах по сравнению с концом 2011 года в среднем выросли на 8 процентов.

Екатерина Лапина, директор департамента коммерческой недвижимости АРИН, говорит: «Быстрее всего растут ставки в складских комплексах класса В и С, поскольку здесь есть возможность арендовать сравнительно небольшие площади — порядка 1000–1500 кв. м. К тому же ставки здесь в принципе ниже, чем в складских объектах класса А».

По прогнозам аналитиков, в 2012 году поглощение складских площадей на рынке Санкт-Петербурга может составить порядка 100–110 тыс. кв. м. При этом до середины 2013 года не стоит ожидать ввода новых спекулятивных объектов. «По нашим оцен-

кам, в 2012 году суммарный объем ввода спекулятивных площадей будет практически равен годовому поглощению. Под давлением активного спроса дефицит свободных для аренды качественных складских площадей продолжит усиливаться, при этом доля вакантных площадей к концу года снизится до 4,3–4,7 процента», — говорят в Knight Frank St. Petersburg.

В ожидании удовлетворения
Михаил Тюнин, руководитель отдела индустриальной, складской недвижимости и земли Knight Frank St. Petersburg, резюмирует: «Мы ожидаем, что прогнозируемый объем нового спекулятивного предложения, который выйдет на рынок в 2013–2014 годах (на данный момент к вводу в эксплуатацию заявлено 110–120 тыс. кв. м), полностью удовлетворит существующий спрос. Сейчас ставки аренды близки к максимально экономически приемлемому уровню, и мы полагаем, что в ближайшей перспективе контрактные ставки аренды не превысят уровень \$130 за кв. м в год (triple net). Девелоперы все еще осторожны в отношении запуска новых проектов, опасаясь повторения ситуации 2008 года, когда многие построенные объекты не были арендованы. Мы считаем, что в ближайшие два года наиболее динамично будет развиваться сегмент индустриальной и индустриальной складской недвижимости. Сейчас сложились практически идеальные условия для развития производства: рынок демонстрирует наличие стабильного уровня спроса, и на нем предлагаются индустриальные помещения хорошего качества, а профессиональные девелоперские компании готовы реализовывать проекты с учетом индивидуальных требований заказчиков».

Вероника Лежнева, руководитель отдела исследований Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, считает, что складской рынок с точки зрения предложения пока остается на позиции осторожного поведения: «Мы не видим большого объема запланированных площадей, хотя участки для развития проектов имеются. По итогам второго квартала объем свободных площадей составлял около 4 процентов. Мы ожидаем, что к концу года этот показатель понизится дальше».

Владимир Скигин, совладелец управляющей компании «Сателлит Девелопмент», говорит, что у девелоперов сохраняется интерес к развитию индустриальных и технопарков, поскольку рынку необходимы современные производственные и качественные складские площадки. Среди индустриальных парков наиболее активно реализуются Greenstate (УП), производственная зона «Горелово» (АГИЗ), «Федоровское» (UFG Real Estate) и т.п.

В будущем, полагают участники рынка, ставки начнут расти. «Доля вакантных площадей существенно сокращается, что в совокупности создает предпосылки для повышения арендной ставки», — говорит госпожа Лапина.

«Сокращающееся доступное для аренды предложение спекулятивных складских площадей приведет к росту арендных ставок. Мы предполагаем, что до конца года рост ставок может составить 5–7 процентов по сравнению с результатами конца первого полугодия 2012 года. Кроме того, уже сейчас отсутствие достаточного для текущего уровня спроса объема спекулятивных площадей побуждает некоторые компании строить собственные склады, и таких компаний становится все больше», — говорит господин Тюнин.

РОМАН РУСАКОВ

Сергей Жевак: «Спустя несколько лет на телеком-рынке останется 3-4 крупных игрока»



В последние годы на российском телекоммуникационном рынке идет процесс консолидации. Заместитель директора филиала ЗАО «ЭР-Телеком Холдинг» (бренд «Дом.ру») в Петербурге Сергей Жевак рассказал о тенденциях телеком-отрасли, а также о новых сервисах и предложениях для абонентов.

— Какие последствия для конечного клиента несет монополизация на рынке телекоммуникаций?

— Происходящие на телеком-рынке процессы я бы не назвал монополизацией. Сейчас происходит централизация и укрупнение компаний-лидеров рынка. Федеральные компании поглощают более мелкие, региональные, и за счет этого расширяются. Спустя несколько лет останется 3–4 крупных игрока, которые будут занимать 98% рынка. Можно провести аналогию с рынком сотовой связи. Схожие явления мы наблюдали там пять лет назад. Рынок был переполнен операторами мобильной связи, которые предлагали абонентам свои услуги.

— В результате консолидации уровень конкуренции снизился?

— Компании развиваются, совершенствуются, запускают новые сервисы и услуги. Уровень проникновения телеком-услуг на данный момент в крупных городах достигает 90%. Это означает, что основной прирост абонентской базы в городах-миллионниках операторы будут обеспечивать за счет переключения абонентов. Вследствие этого поставщики телеком-услуг беспрестанно работают над своей продуктовой политикой, выводя на рынок все новые предложения и сервисы. Разумеется, в выигрыше от этого оказывается, прежде всего, абонент. Так, например, одной из главных тенденций формирования продукта сегодня является пакетное предложение услуг, которое обеспечивает пользователю ряд преимуществ, таких как экономия времени и средств, удобство расчетов и обслуживания, качество сервиса и поддержки. Кроме того, у него появляется возможность

выбора среди операторов того, чьи услуги в наибольшей степени подходят ему в соотношении цена-качество.

— Выходит, сейчас средние компании совсем исчезли? Остались только крупные и мелкие игроки?

— Исчезли как раз мелкие компании. Основную долю рынка сейчас занимают крупные операторы. Наряду с ними существует около десятка средних игроков. Оставшиеся мелкие компании занимают узкие ниши. Как правило, это локальные операторы, обеспечивающие услугами связи жителей одного района.

— За счет чего операторы привлекают новых абонентов?

— Последние два-три года в основе привлекательности предложений для абонентов лежит конечный сервис. Лет 5–7 назад, когда только начинал расти рынок широкополосного вещания, операторы привлекали новых абонентов за счет скоростей и цен. Сейчас уровень услуг примерно одинаковый у всех поставщиков услуг связи, поэтому на первый план выходит сервис и инновационные технологии, которые получает клиент при подключении. Например, это может быть бесплатный антивирус,

мультимедиа-зона, бонусы и пакеты услуг, богатый пакет HD-каналов.

— Потенциал сегмента обслуживания юридических лиц еще не исчерпан?

— По данным аналитических агентств, емкость рынка юридических лиц намного больше, чем физических. Особенно это касается стационарной телефонии, ведь представители бизнес-сообщества гораздо чаще пользуются услугами международной и международной связи. Потенциал сегмента юридических лиц в России еще не исчерпан: компаниям, предоставляющим услуги связи для B2B-сектора, есть куда расти. Причем прирост абонентской базы возможен за счет подключения не только новых организаций, но и новых точек уже существующих клиентов.

— Сколько корпоративных клиентов у «Дом.ру Бизнес» по всей России?

— Сейчас услугами «Дом.ру Бизнес» пользуются более 60 тысяч организаций. Корпоративные клиенты очень тщательно подходят к вопросу выбора оператора, поэтому новый провайдер не может быстро завоевать доверие абонентов. Преимуществом пользуются компании,

которые в течение многих лет предоставляют организациям услуги связи.

— А что нового в массовом сегменте?

— В августе мы вывели на рынок новую услугу «Дом.ру TV. Центр домашних развлечений». Это не просто телевидение, это HD-телевидение нового поколения. Услуга предоставляется абонентам по уникальной гибридной технологии, которая позволяет гарантировать высокое качество изображения вне зависимости от внешних факторов. «Дом.ру TV» представляет собой сочетание HD-телевидения, популярных интернет-приложений и функций управления эфиром. Кроме того, это еще и бесплатная видеотека из 29 тыс. единиц лицензионного контента. Мы уверены, благодаря «Дом.ру TV» телевизор в скором времени снова станет центром сбора всей семьи и самым распространенным способом проведения семейного досуга.

Российский телекоммуникационный холдинг «ЭР-Телеком» — оператор услуг triple play. Услуги связи — широкополосный доступ в интернет, кабельное и цифровое телевидение, фиксированная телефонная связь — предоставляются под брендом «Дом.ру», услуги для корпоративных клиентов — под брендом «Дом.ру Бизнес».

Основные направления деятельности реализуются на базе собственных Городских универсальных телекоммуникационных сетей, построенных с нуля и по единым стандартам в каждом городе присутствия по технологии «оптика до дома».

География деятельности «ЭР-Телеком» — 42 города, общее количество абонентов — более 4,7 млн человек.

Акционеры — «ПФПГ Холдинг», фонд «Бэринг Восток».

ПОДКЛЮЧИСЬ

8 800 333 7000

WWW.SPB.DOMRU.RU



коммерческая недвижимость

Развитие по шаблонам

Торговые центры предпочитают стандартных якорных арендаторов и концентрируются в обжитых районах

торговля
В третьем квартале 2012 года на рынок Петербурга вышло три новых торговых центра общей арендопригодной площадью 45,1 тыс. кв. м. В результате существующий объем качественных торговых площадей Санкт-Петербурга достиг 1,76 млн кв. м.

Согласно данным Jones Lang LaSalle, в июле — сентябре начали функционировать ТРК «Международный» (арендопригодная площадь 20 тыс. кв. м) компании «Адамант», ТК «Электра» (арендопригодная площадь 13,2 тыс. кв. м с учетом гипермаркета «О'Кей» площадью 6,1 тыс. кв. м) компании «Доринда» и флагманский филиал московского ЦУМа — универмаг одежды ДИТ (арендопригодная площадь 18 тыс. кв. м).

Приморский район остается наиболее популярным с точки зрения ввода новых торговых площадей. На его долю приходится порядка 24% от общего объема существующего качественного предложения, однако это не останавливает девелоперов, желающих реализовывать проекты в самом населенном районе города. Так, во втором квартале был введен суперрегиональный торгово-развлекательный комплекс «Питерлэнд», а сейчас строится еще два проекта — ТРК «Пять озер» (арендопригодная площадь 21,6 тыс. кв. м) и ТРК «Монпансье» (арендопригодная площадь 30,5 тыс. кв. м). Кроме того, в третьем квартале официально был анонсирован проект «Стройкорпорации „Элис“» — ТРК Hollywood (арендопригодная площадь

65 тыс. кв. м), запланированный к вводу в 2015 году. Вероника Лежнева, руководитель отдела исследований компании Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, отметила: «Развитие торговой недвижимости в центральной части города остается неравномерным. Если Центральный район демонстрирует один из самых высоких показателей насыщенности торговыми площадями (849 кв. м на 1000 жителей), то, например, Василеостровский и Петроградский районы пока не могут похвастаться значимыми показателями. Конечно, основные проекты Центрального района рассчитаны на городскую аудиторию в целом, поэтому прочим условно центральным локациям такие объемы торговых площадей не требуются».

В третьем квартале 2012 года максимальные арендные ставки для торговой галереи в качественных торговых центрах Санкт-Петербурга сохранились на уровне \$2 тыс. за кв. м в год. В то же время доля свободных площадей сократилась с 5 до 4,6%. «Несмотря на большое количество новых проектов, заявленных к вводу в 2013 году, мы ожидаем сохранение тенденции по уменьшению объема вакантных площадей. Основная причина — высокий уровень заполняемости объектов к моменту ввода в эксплуатацию», — говорит госпожа Лежнева.

Тяга к развлечениям
В большинстве случаев якорями торговых центров

остаются развлекательные объекты, так как занимаемая ими площадь составляет значительную долю от общей площади ТРК. Кроме того, многие досуговые объекты становятся «магнитами» и привлекают в торговый центр покупателей.

Основным форматом развлечений, представленным на рынке, по данным компании Matris, являются кинотеатры (28%). Они занимают лидирующие позиции на протяжении нескольких лет. С развитием киноиндустрии усложняются и кинотеатры. Появляются форматы 3D и IMAX.

В последнее время на рынок активно выходят детские развлекательные центры, сейчас на рынке их 12%. Такой формат развлечений может включать в себя мини-мастерские, театры, аттракционы и пр. Есть и такие уникальные проекты как «Мастерград» («Питерлэнд»), где отображен мир реальных профессий, но адаптированный для детей.

Активно стали развиваться игровые центры (12%), которые представлены такими сетями, как Happyton («Галерея»), Crazy Park («Меркурий» в Колпино), Crazy City («Лето»), Game Zona («Июнь», «Континент»).

«Боулинг-клубы теряют свою актуальность, но все еще составляют значительную часть рынка (12 процентов). Почти в каждом новом торговом центре открывается боулинг-клуб, примерами могут послужить «Сапсан» в ТРК «Галерея» и «Боулинг» в ТРК «Рио», — говорят аналитики Matris.

Новый вид
На рынке появляются новые виды развлекательных объектов. Для привлечения большего количества клиентов, торговые центры инкорпорируют в себя такие масштабные проекты как аквапарк на 25 тыс. кв. м в комплексе «Питерлэнд», развлекательный комплекс «Дивный город» в составе «Гранд Каньона». Существуют и совсем оригинальные проекты, например, горнолыжный клуб («Континент» на Байконурской), залы для керлинга («Меркурий», «Варшавский экспресс»).

Основное предложение развлекательных зон сконцентрировано в отдаленных от центра районах города, где располагаются крупные торговые объекты. Так, в Приморском районе находится 34% всех досуговых объектов, основными из которых являются кинотеатры. Центр города в меньшей степени представлен среди развлекательных объектов, так как торговые центры имеют небольшие площади, и возможностей размещения меньше. В Адмиралтейском районе расположено 18% объектов развлекательного характера, основным центром развлечений можно назвать ТРК «Планета Нептун». Центральный район представлен одним крупным объектом торговой недвижимости — ТРК «Галерея», где располагается несколько крупных развлекательных объектов.

Предложение площадей под объекты досуга весьма ограничено и не удовлетворяет операторов, которым требуются большие про-

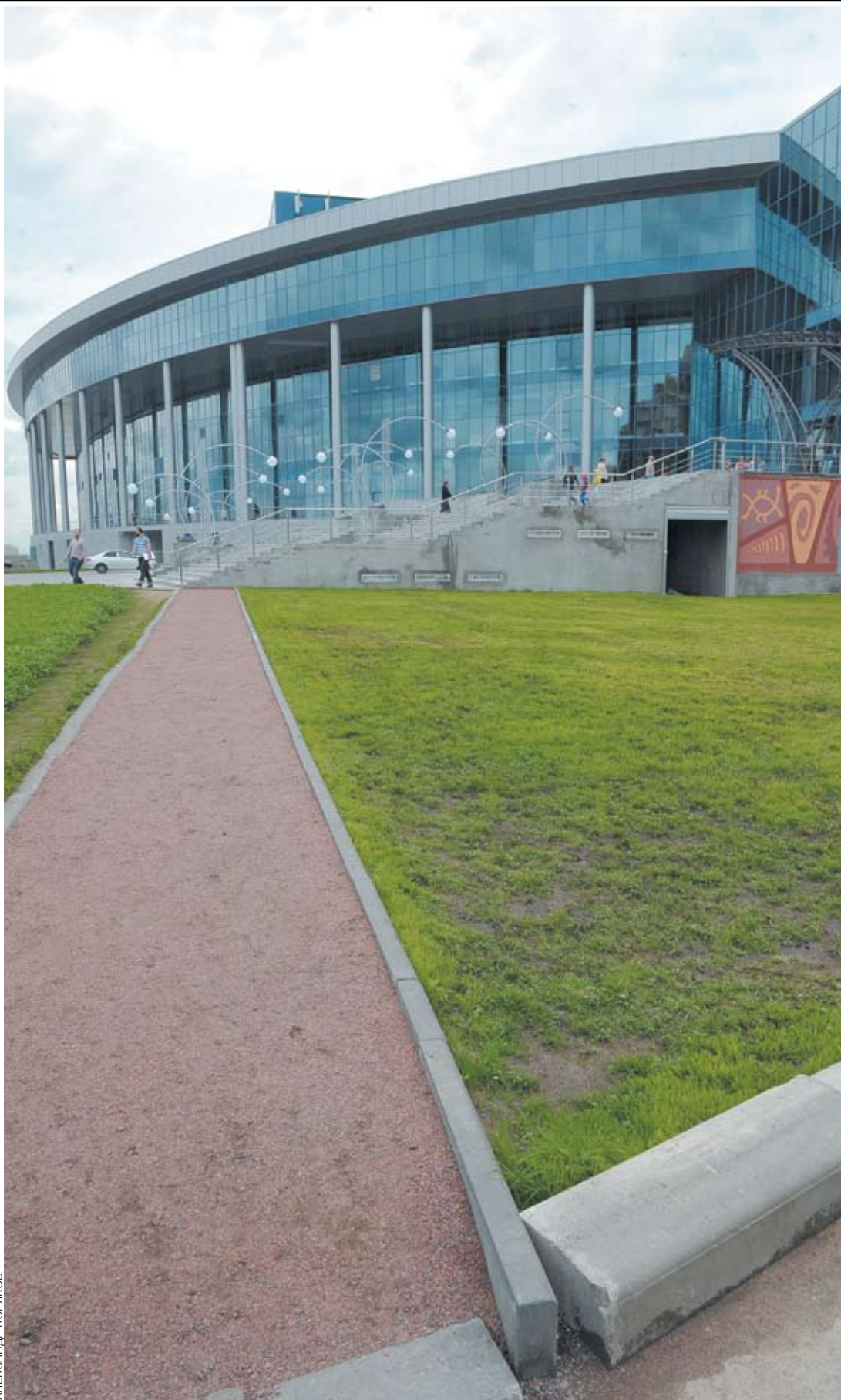
странства или специфические технические характеристики. Пока на рынке Санкт-Петербурга существует лишь три проекта, где развлекательная зона занимает не меньше 10% от всей площади торгового центра: «Гранд Каньон», «Питерлэнд» и «Планета Нептун».

В Петербурге в последние годы, по данным Росстата, потребители тратят 4,2% своих ежемесячных доходов на развлечения. Спрос на развлечения растет, но характеризуется определенными изменениями. Так, потребители предпочитают оригинальное времяпрепровождение уже обыденным кинотеатрам и боулинг клубам.

Посетители с детьми хотят иметь возможность найти им занятие, пока они совершают покупки. Такую возможность дают детские развлекательные центры, в которых часто присутствует персонал, наблюдающий за маленькими посетителями. Простые детские комнаты переросли в крупномасштабные проекты, где дети могут почувствовать себя взрослыми («Кидбург» в «Гранд Каньоне», «Мастерград» в «Питерлэнде»).

Требования потребителей растут, и организаторы зон развлечений стараются удивить клиентов. Так в торговых центрах возникают аквапарки («Питерлэнд», «Родео Драйв»), залы для керлинга («Меркурий», «Варшавский экспресс»), крокодиловая ферма (ТРК «Рио»).

Ставки для арендаторов помещений под развлекательные объекты могут быть вдвое меньше, чем для про-



Приморский район остается наиболее популярным с точки зрения ввода новых торговых площадей

чих «якорей» ТРК, так как занимают большие площади. Обычно арендаторы стремятся найти площади на последних этажах торговых

центров или вблизи ресторанной зоны.

Для развлекательных объектов характерны долгосрочные договоры аренды.

Средняя ставка аренды помещения составляет от 400 до 500 рублей за квадратный метр в месяц.
ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Неподъемный театр

Объекты культуры пока проигрывают кинотеатрам

НИШИ

Петербург традиционно претендует на роль культурной столицы. Однако новые театры и музеи открываются здесь редко. В бюджете едва хватает средств на поддержание уже существующих объектов культуры, а инвесторы пока не видят возможности вернуть вложения. Если частное лицо и открывает музей, то, как правило, это акт меценатства. Однако участники рынка полагают, что театры и музеи в городе востребованы.

Сегодня вопрос создания общественных пространств широко обсуждается в городе, но до активного обустройства таких зон дело пока не дошло. Пока же функцию общественных зон круглогодичного пользования выполняют торговые центры. В связи с

этим доля торговых комплексов, имеющих развлекательную составляющую, в Санкт-Петербурге растет. Девелоперы стараются наполнить свои объекты новыми функциями, которые помогли бы увеличить поток посетителей, но нестандартных развлечений по-прежнему не хватает.

Игорь Кокорев, менеджер проектов отдела стратегического консалтинга Knight Frank St. Petersburg, говорит, что для торгового центра театр или музей — это в первую очередь способ выделиться среди конкурентов и получить еще одну якорную функцию, способную привлечь посетителей в проект. «Такие объекты платят небольшую арендную плату, или целью их работы является простая самокупальность», — считает он.

Анна Мишуткина, аналитик ИК «Финам», считает, что

успешный культурный объект может стать эффективной энтрейтмент-функцией многофункционального комплекса, которая вносит свой вклад в формирование потребительского потока — как хороший кинотеатр в торговом центре. «Однако в данном случае, как мне представляется, основная сложность заключается в совмещении довольно специфических, разных аудиторий и разных мотиваций к посещению. Хотя эту задачу, скорее всего, можно решить», — рассуждает она.

Фишка для якоря

«В связи с этим открытие театра или музея внутри многофункционального центра может стать некоей фишкой, точкой притяжения горожан. В Петербурге такая практика развита достаточ-

но слабо, поскольку многим девелоперам пока непонятно, насколько такие объекты могут быть прибыльными. В целом при грамотной разработанной концепции, в которую изначально включена данная функция, такие проекты вполне уместны. Безусловно, включение в состав многофункционального комплекса театра в его классическом понимании, скорее всего, не будет экономически эффективным шагом в силу режима его работы, сроков выхода премьер. Но если рассматривать театр в широком понимании, то под него попадают различные театры-кабаре, например, парижское кабаре Crazy Horse, театры вярете, комедийные клубы, самым ярким примером в России является Comedy Club.

(Окончание на стр. 24)

Знаем все подводные камни телекома

Кроим и подгоняем телеком под любого Клиента

Исполняем самые смелые желания любимых Клиентов

Работаем для Клиентов 24x7x365

Наша философия «Талантократия» гласит: «вся власть талантам»!

Сервис «Голосарий» принял на работу всех звезд Голливуда — от Бонды до Терминатора

В нашей службе сервиса овоцам не место

Реализовывать проекты быстрее конкурентов — наша добрая традиция

Телеком в ритме джаз — это мы

Ударно работаем, красиво отдыхаем

Раскрываем таланты на глазах изумленного рынка

Телеком-ателье нетривиального сервиса

Garstelecom

Когда тебя и клиента связывают **более чем** просто деловые отношения, понимаешь, ради чего стоит быть лучшим оператором связи B2B рынка.

Хочется не теряя времени двигаться дальше, обнаруживая общие интересы, принципы и открывая **более чем** богатый внутренний мир друг друга. Не в этом ли главная цель сотрудничества?

Гарс Телеком. **Более чем.**

Федеральный оператор связи
garstelecom.ru

Санкт-Петербург, ул. Чапаева, 15 А
+7 812 635 8805

Москва, ул. Островная, вл.2
+7 495 748 0099

Не учим работать!
Учим зарабатывать!

УЗНАЙ

как зарабатывать на финансовых рынках

Запишись на бизнес-семинар по телефону: (812) 449-69-00

ул. Марата, д. 69-71 литер «А»
Бизнес-центр «Renaissance Plaza»

www.forexclub.ru

ForexClub
Будь в состоянии!

коммерческая недвижимость

«Центр уже насыщен, и скоро в нем не останется места для больших проектов»

интервью
Заместитель генерально- го директора компании «Ренессанс Девелопмент» ЭЗГЮР ЗИРИДЖЕ рассказал корреспонденту "Ъ" КРИСТИНЕ НАУМОВОЙ об инвестиционном климате Петербурга, особенностях девелопмента в центре города, а также о планах компании.

— Как бы вы охарактеризовали инвестиционный климат Петербурга?

— Я знаю рынок офисной недвижимости, поэтому могу говорить только об этой области. За последний год у меня не было ощущения, что кто-то заинтересован в покупке бизнес-центров. На мой взгляд, сейчас такой тенденции нет. Мы себе поставили задачу: каждый год совершать крупную покупку — приобретать участок земли или бизнес-центр. В этом году еще ни одной сделки не было, но мы непрерывно ведем поиски земли и интересных проектов.

— Сейчас, по-вашему, подходящее время для инвестирования в коммерческую недвижимость?

— Разумеется, сейчас подходящее время. Как я уже говорил, каждый год в портфеле нашей компании прибавляется объект. Этот год не станет исключением.

— Но инвесторы сейчас осторожны?

— Надо сказать, что инвесторы были осторожны всегда. Сейчас они стали еще более осторожны и

изучают проекты гораздо внимательнее. В целом интересных объектов в городе не так много.

— Что вы вкладываете в понятие «интересный объект»?

— Для того чтобы быть интересным, у проекта должно быть два параметра. Во-первых, должна быть в порядке документация. Во-вторых, у объекта должна быть привлекательная цена. На рынке много предложений, и далеко не все они интересны. Но мы постоянно находимся в стадии переговоров.

— Девелоперы увеличивают объемы ввода объектов, преимущественно в сегменте класса А. Снизятся ли в результате арендные ставки?

— Пока заявленные бизнес-центры не введены в эксплуатацию, вакантных площадей в городе немного. В сегменте класса В — порядка 5%, в сегменте А — 10%. Наши бизнес-центры заполняются на 96%. Что касается ценовой политики, то она будет зависеть от конкретного девелопера. Если ему будет необходимо быстро заполнить объект и начать отдавать долги, то цены, конечно, будут более низкие. Если же финансовое положение арендодателя спокойное, он может подождать, пока для него найдется удобный арендатор.

— В следующем году конкуренция между арендодателями обострится?

— Пожалуй, борьба сохранится всегда. Мы

не боимся конкурентной борьбы в 2013 году. Уникальные проекты всегда выигрывают. Арендатор смотрит не только на фасад бизнес-центра, но и на то, какая у объекта управляющая компания. Сейчас у города есть потенциал. За последний месяц к нам стали чаще обращаться арендаторы, которые ищут помещение площадью более тысячи квадратных метров. Так что темпы ввода объектов сегодня соответствуют потребностям города.

— Какие проекты сейчас реализует компания?

— Компания в настоящее время реализует два проекта общей площадью 50 тыс. кв. м. Первый объект — административно-финансовый центр Renaissance Pravda на Херсонской улице, 12. В восьмизэтажном здании будет создано 17,8 тыс. кв. м площади, а также 4,7 тыс. кв. м, предназначенных для автостоянок в подземных гаражах. Срок окончания строительства запланирован на первый квартал 2013 года. Второй объект также планируется сдать в эксплуатацию в следующем году на улице Решетникова. Это высотный административный центр Renaissance Premium. В бизнес-центре на Решетникова будут большие площади. Мы думаем, что они будут востребованы IT-компаниями, банками. Этот бизнес-центр также будет востребован IT-компаниями. Их сейчас

в городе много, и новые игроки постоянно приходят на рынок.

— В чем особенность бизнес-центров, которые строит компания?

— Мы предлагаем нестандартные планировки. В наших бизнес-центрах не коридорная система, а открытое пространство. Это позволяет разместить больше сотрудников, что в результате дает экономию для арендатора. Кроме того, все бизнес-центры оборудованы качественными инженерными системами. Мы непрерывно изучаем потребности арендатора, и каждый новый бизнес-центр получается чуть лучше, чем предыдущий.

— Вы практикуете комбинированную арендную ставку?

— Город не готов к комбинированной ставке. Ранее несколько девелоперов пробовали ввести эту систему, но я не думаю, что сейчас это актуально. У арендатора есть выбор, и если есть арендодатель, который предлагает более комфортные условия, выбор будет сделан в его пользу. Пока арендатору не нравится, когда сумма платежа каждый месяц разная.

— Актуально ли для девелоперов, работающих в Петербурге, получение сертификатов LEED и BREEAM?

— Нет, но скоро будет актуально. Наличие сертификатов LEED и BREEAM скоро будет конкурентным преимуществом арен-

додателя. В будущем мы планируем озадачиться сертификацией объектов. Впрочем, мы и так соответствуем «зеленым» стандартам. Но сегодня арендатор не ищет «зеленый» бизнес-центр. По крайней мере, это требование не в первой тройке. В первую очередь арендаторов волнуют цена, качество и удобство бизнес-центра.

— Какие районы Петербурга вы считаете перспективными для себя?

— Центральный район уже насыщен объектами, и скоро не останется места для больших проектов. Сейчас активно развивается территория вокруг центра. Например, перспективное направление — Пулковское шоссе. Как ни странно, объекты в этой части отлично заполняются. Если бы несколько лет назад мне сказали, что девелоперы будут здесь строить объекты и найдут своего арендатора, я не поверил бы. В портфеле нашей компании объекты, расположенные исключительно в центре города. Это наш приоритет. Дело не в том, что мы не хотим искать проекты в других частях города, — удобно управлять объектами, сконцентрированными в одном месте. При этом в центре работать гораздо сложнее, потому что это историческое место и здесь есть свои ограничения по концепции проекта, по высоте здания и по другим параметрам. Здесь каждая



ЕЗГУР ЗИРИДЖЕ

точка имеет своеобразные характеристики, которые надо учитывать. Но я не скажу, что это минус. Это уникальность.

— Вы работаете в разных городах России. В чем особенность работы в Петербурге?

— Компания «Ренессанс Девелопмент» родилась в Петербурге, для нас это

родной город. Здесь находится наш головной офис. Другие города нам важны только с точки зрения развития. Мы намерены и дальше фокусироваться на сегменте офисной недвижимости Петербурга. Конечно, в исторической части Петербурга девелопер не может делать все, что хочет. Однако если

соблюдать правила, то все не так сложно. Мы всегда находили общий язык с городом. Действительно, сложно вписать новый объект в центре. Фасадами заведует город и диктует в этой части свои условия. У нас были небольшие сложности с городом, но они никогда не перерастали в конфликты.



TELECOMMUNICATIONS



16 ЛЕТ

НА РЫНКЕ

ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ

WWW.WESTCALL.RU

(812) 647 00 11

(495) 647 00 11

АРЕНДА ПОМЕЩЕНИЙ В БИЗНЕС-ЦЕНТРАХ



Биржа
Финансовый центр Петербурга

- В.О., 26-я линия, 15
- Офисные помещения от 105 кв.м
- Панорамные окна
- Биржа, конференц-зал, комната переговоров, кафе
- Удобная парковка

Арендная ставка: 1200 руб./кв.м/мес.



НА СМОЛЕНКЕ
Рациональное решение для Вашего бизнеса

- В.О., наб. реки Смоленки, 33
- Офисное помещение с полной отделкой от 155 кв. м
- Подземный паркинг
- Открытые террасы
- Кафе

Арендная ставка: 850 руб./кв.м/мес.

тел.: 348-51-60

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ в жилых домах!

ПРОДАЖА



Универсальное помещение

- Невский район, Октябрьская наб., (восточнее дома 118)
- Новый жилой квартал, 10 000 жителей
- Первый этаж, 1 вход
- Высота потолков — 2,7 м
- Витринные окна, место под вывеску
- Парковка

Срок сдачи: I кв. 2014 г.



Часть здания под мини-отель

- Васильевский Остров, 15 линия, 76, лит. Е
- Жилой комплекс премиум класса
- Общее количество этажей: 6
- Общая площадь помещений: 497,3 кв. м
- Высота потолков — 2,85 м
- Отдельный парадный вход
- Собственный лифт с остановками на всех этажах

Типовое помещение

Дом сдан!



Помещение под магазин

- Приморский район, Парашютная улица, 52
- Новый жилой комплекс: 25 000 жителей
- Первый этаж
- 8 окон, место под вывеску
- Высота потолков — 3 м
- 2 входа
- Видовое помещение

Дом сдан!

тел.: 348-51-60



ЛенСпецСМУ
www.lenspecsmu.ru

СПб, Богатырский пр., 2

380-0525



ГРУППА КОМПАНИЙ
ЭТАЛОН

коммерческая недвижимость

Мобильная атака

Крупные операторы сотовой связи захватили бизнес-центры

интернет

Крупные сотовые операторы выдавливают мелких игроков с рынка предоставления интернет-услуг в бизнес-центрах. Основными тенденциями 2012 года стали ожесточенная борьба за абонентов, укрупнение игроков рынка и демпинг со стороны мелких компаний.

Конкуренция среди интернет-провайдеров в городе растет каждый год. Самая ожесточенная борьба ведется за операторов бизнес-центров, поскольку это один из наиболее доходных и быстрорастущих сегментов рынка. За 2011 год, по данным Colliers International, в Санкт-Петербурге было введено в эксплуатацию 18 офисных центров класса А и В общей площадью 139 тыс. кв. м. По итогам 2012 года будет введено еще 20 объектов общей площадью уже 191 тыс. кв. м.

Как правило, для каждого бизнес-центра разрабатывается индивидуальный телекоммуникационный проект, в который входит не только предоставление интернета, но и телефонная связь, сети передачи данных, IPTV, видеонаблюдение и другие интеллектуальные сервисы. В зависимости от класса, площади и количества рабочих мест, стоимость оборудования одного бизнес-центра такими телекоммуникациями может составлять от 100 тыс. рублей до нескольких миллионов. По оценкам Сергея Королева, консультанта J'son & Partners Consulting, 70–80% компаний малого, среднего и крупного бизнеса России пользуются широкополосным доступом в интернет. По итогам 2011 года объем российского рынка проводного широкополосного доступа в интернет в сегменте b2b составил около 26 млрд рублей. Согласно прогнозам, в ближайшие два-три года объем рынка будет увеличиваться в среднем на 4% в год.

Конкуренция приветствуется

Сейчас в 15–20% петербургских бизнес-центров работает единственный оператор связи. Все остальные собственники предпочитают не ограничивать провайдеров: такая монополия не слишком нравится арендаторам и приводит к повышению цен и падению качества услуг. По оценкам Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, тенденция заключения эксклюзивных договоров с телекоммуникационным оператором ушла в прошлое. «Владельцы бизнес-центров выбирают 2–4 провайдера, которые полностью отвечают запросам абонентов. Это связано с корпоративной политикой арендаторов. Многие из них к моменту прихода в тот или иной бизнес-центр уже имеют заключенные договоры с телекоммуникационными операторами», — говорит Лилия Еременко, руководитель отдела по работе с владельцами офисных помещений Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге.



Конкуренция среди интернет-провайдеров в городе растет каждый год. Самая ожесточенная борьба ведется за операторов бизнес-центров, поскольку это один из наиболее доходных и быстрорастущих сегментов рынка

По словам Зоси Захаровой, генерального директора компании London Real Invest, из-за серьезной конкуренции на рынке провайдеры зачастую начинают демпинговать. «Иногда компании с небольшим количеством персонала берут на себя те обязанности, которые потом не могут выполнить. В результате возникают проблемы у арендаторов. Каждая управляющая компания решает, что ей важнее — сэкономить или не высчитывать регулярные жалобы со стороны арендаторов. Управляющие компании в бизнес-центрах классов А и В+, чаще всего выбирают уже известные на рынке крупные или средние компании», — считает эксперт. Вадим Виноградский, генеральный директор «Гарс Телеком Северо-Запад», также уверен, что телеком-рынок Санкт-Петербурга один из самых «перегретых» в стране. «На сегодняшний день на карте бизнес-объектов практически не осталось „белых“ пятен, поэтому один из главных сегодняшних трендов в нашем бизнесе — демпинг — стремительное падение стоимости предоставляемых услуг», — говорит он.

Монополизация рынка

На рынке четко прослеживается тенденция к укрупнению игроков. Лидирующие позиции занимают представители большой тройки (МТС, «Вымпелком» и «Мегафон»), которые скупили многих альтернативных операторов. К тому же на базе «Ростелекома» формируется оператор национального масштаба, который обладает крупнейшей в России сетью, доступом

к последней миле и кабельному колодцу, а также сильными позициями в госсекторе. Эти компании сейчас занимают около 70% петербургского интернет-рынка, а число альтернативных операторов связи за последние годы снизилось с 30 до 10 операторов. По оценкам ГК «Смарт Телеком», объем рынка телекоммуникационных услуг альтернативных операторов Санкт-Петербурга составляет около 10 млрд рублей в год.

ОАО «Вымпелком» обслуживает в Петербурге бизнес-центры «Квартал», «Меридиан» и другие. В компании уверены, что укрупнение игроков рынка только способствует улучшению качества услуг. «Крупная компания контролирует качество сервиса на любом отрезке сети, начиная с магистрали, заканчивая местной сетью в бизнес-центре. Единые стандарты оборудования и отлаженные бизнес-процессы позволяют предоставлять услуги максимально возможного качества», — считает Евгений Коробов, директор по корпоративному бизнесу Санкт-Петербургского филиала ОАО «Вымпелком».

Как рассказали в ОАО «Вымпелком», в 2005–2009 годах владелец бизнес-центра мог получить коммерческое предложение на услуги связи от 10–15 операторов связи, а сейчас этот список сократился в два-три раза. Однако конкуренция на рынке слабее не стала. Для малого бизнеса решающим фактором при выборе провайдера остается цена, а для крупных предприятий — в первую очередь надежность и качество услуг. «С ростом цены контракта и объема потребляемых услуг

клиентом больший приоритет отдается качеству сервиса, скорости реакции оператора, географическому охвату, конвергентным предложениям (объединение фиксированной и мобильной связи). Такие клиенты, как правило, отдадут предпочтение крупным операторам», — считает Евгений Коробов.

Компания МТС обслуживает в Санкт-Петербурге такие крупные объекты, как многофункциональный комплекс «Аэропорт Сити», БЦ «Ресо», «Кулон-Пулково», ПНК им. Кирова (Единый центр документов), «Антарес». В Северо-Западном филиале МТС уверены, что у больших игроков на рынке есть неоспоримое преимущество — предоставление целостного комплекса услуг. Крупные собственники коммерческой недвижимости хотят иметь возможность получать все услуги (фиксированную телефонию и ШПД, виртуальные частные сети, мобильную телефонию, ГМС) от одного оператора. Небольшие компании не смогут предоставить все необходимые сервисы.

Однако конкуренты уверены, что им есть что противопоставить большой тройке. В ЗАО «Вест Колл ЛТД» считают, что укрупнение игроков рынка ведет к снижению качества предоставляемых услуг — теряется персонализированный подход и оперативность реагирования на запросы клиентов. За счет ввода новых услуг, модернизации инфраструктуры и активной работы с клиентами большинство операторов «второго эшелона», среди которых наиболее заметными остаются «Смарт Телеком», «Вест

Колл ЛТД» и «Обит», чувствуют себя по-прежнему уверенно в своих нишах. К тому же, по словам Вадима Виноградского, крупные мобильные операторы, ориентированные на обслуживание частных клиентов, зачастую пытаются сэкономить на покупке специального оборудования для обслуживания b2b-клиентов, а это приводит к снижению качества услуги.

«Карманные компании» уходят в прошлое

Собственники бизнес-центров также не хотят упускать возможность зарабатывать на своих арендаторах. Сейчас аффилированные телекоммуникационные компании используют такие управляющие компании, как «Сенатор» и «Теорема». Однако из-за большой конкуренции число таких провайдеров сократилось. По словам Вадима Виноградского, «карманные операторы» сейчас остались в бизнес-центрах класса В- и ниже. В свою очередь, крупные операторы коммерческой недвижимости не потеряли интереса к созданию собственных операторов связи, но предпочитают доверять этот процесс профессионалам. «В отличие от распространенной ранее практики организации такого приработка силами собственных IT-специалистов, без получения лицензий на профильную деятельность, теперь собственники предпочитают передавать карманных операторов связи в управление крупным провайдерам. В портфеле «Гарс Телеком» в Москве три таких проекта», — поделился Вадим Виноградский.

Банки в поисках помещений

финансы

(Окончание. Начало на стр. 22)

Для клиентов кредитной организации предусматривается кассовый зал, включающий помещение для ожидания и примыкающие к операционным кассам комнаты (кабины) для обслуживания клиентов, а также хранилище ценностей клиентов, которое оборудуется в случае предоставления кредитной организацией клиентам в аренду индивидуальных сейфов для хранения своих ценностей. В хранилище ценностей клиентов располагаются индивидуальные сейфы (сейфовые ячейки), помещение для индивидуальной работы клиента, а также, по усмотрению руководителя кредитной организации, другие помещения.

К оборудованию помещения хранилища ценностей клиентов предъявляются требования, аналогичные для хранилища ценностей кредитной организации. Дверь в кассовый узел и отражающие его конструкции должны иметь класс устойчивости к взлому по ГОСТу «Средства защитные банковские». Требования по устойчивости к взлому и методы испытаний. Рамы наружных окон кассового узла оборудуются ударостойким стеклом надлежащего класса прочности, оконные проемы с внутренней стороны должны защищаться жалюзи соответствующего класса прочности или внутренними металлическими решетками. Рамы с ударостойким стеклом, жалюзи и решетки, а также их крепления в стены должны обеспечивать равнопрочную защиту оконных проемов и отвечать требованиям действующих строительных норм и правил.

Устройство оконных проемов в кладовых ценностей, смотровых коридорах и сейфовых комнатах не допускается. Помещения для совершения операций с ценностями оборудуются охранной, охранно-пожарной и тревожной сигнализацией.

Хранилище ценностей — это специально оборудованная кладовая с предкладовой и смотровыми коридорами и (или) сейфовая комната с установленными в ней устойчивыми к взлому сейфами.

Кредитные организации приводят в соответствие с настоящими требованиями действующие помещения, в которых совершаются операции с ценностями, при их реконструкции или капитальном ремонте.

Все банковские защитные конструкции, к которым предъявляются требования по классам, подтверждаются сертификатом соответствия, выданным органом сертификации ГОСТа стандарта России поставщику-изготовителю.

В связи с тем, что требования, предъявляемые к банковским помещениям, очень высоки, установка оборудования, средств защиты от проникновения, охранная и пожарная сигнализация — весьма затратная статья, то срок договора аренды помещений под банк или его дополнительные офисы не должен быть менее 5–7 лет, рассказывают специалисты. Остальные требования (наличие высокой проходимости, густонаселенные районы, расположение входа в поме-

щение с оживленных улиц, отсутствие близости банков-конкурентов) соответствуют требованиям, предъявляемым любому другому учреждению по оказанию услуг населению.

Насиженное место

Екатерина Лапина добавляет, что банки, как правило, предпочитают арендовать те помещения, в которых до них «сидели» другие банки. Это обусловлено тем, что в этом случае операторам нужно будет тратить меньше денег на ремонт объекта, поскольку все необходимые помещения (например, хранилище) уже есть.

Если речь идет о центральном офисе банка, площадь требуемого помещения обычно превышает 300–350 кв. м, для дополнительных офисов банка обычно требуется 150–250 кв. м.

Роман Евстахов, впрочем, говорит, что сегодня основной спрос банки демонстрируют на небольшие помещения площадью 60–70 кв. м под клиентские офисы. «Спрос на более крупные помещения есть только со стороны банков, относительно недавно вышедших на рынок Петербурга. Типичная модель сети клиентских офисов банков: флагманский офис — одно помещение 150–400 кв. м в центре, районные клиентские офисы — 70–150 кв. м на основных магистралях города, отделения банков — 60–70 кв. м в спальных районах и на основных станциях метро, плюс сеть банкоматов. Банки, давно существующие на рынке, уже имеют сложившуюся зону покрытия по районам города, в связи с этим спрос на большие помещения с их стороны минимален. В основном они также рассматривают возможность открытия небольших клиентских офисов, в том числе и недалеко от крупных деловых центров», — говорит Евгений Евстахов.

«Именно в связи с высокой затратностью, связанной с оборудованием офисов банка, а также в связи с необходимостью лицензирования банковской деятельности, многие банки подбирают помещения в собственность, а не в аренду. По вопросу выгоды строительства для офиса банка отдельно стоящего здания ответ не может быть однозначным. Если банк может позволить строительство собственного офиса в Петербурге, где земля в черте города стоит дорого, а согласования на строительство займут значительное количество времени, то наиболее выгодно, с моей точки зрения, покупка готового объекта коммерческой недвижимости (отдельно стоящего здания) и дальнейшее его переоборудование под свои цели», — рассуждает госпожа Каширина.

«Постройка отдельно стоящих офисов сейчас имеет некоторое развитие. Прежде всего, это связано с размещением объектов банковских хранилищ. Их размещение — очень трудоемкий, дорогостоящий проект. К тому же в перспективе банковские структуры предполагают заключение долгосрочного договора аренды с последующим правом выкупа. Такое предложение будет интересно инвесторам, в задачи которых входит полностью реализовать объект недвижимости в минимальные сроки», — рассказал Дмитрий Беляев.

РОМАН РУСАКОВ

RENAISSANCE DEVELOPMENT

Мы работаем на успех!

ОФИСЫ В АРЕНДУ

Открытие бизнес-центра в первом квартале 2013 года

● РЕНЕССАНС ПРАВДА

Бизнес-центр класса "А"
ул. Херсонская, 12-14

Рenaissance Pravda - правильный выбор для предпринимателей, заинтересованных в элитной коммерческой недвижимости. Мы предлагаем лучшие материалы в современном дизайне, оставаясь верными традициям, которые ценят наши арендаторы.

- общая площадь здания - 30 000 кв.м.
- арендопригодная площадь - 19 000 кв.м.
- возможность планирования офисного пространства под клиента
- подземный паркинг, рассчитанный на 163 места
- 850 метров до станции метро "Александра Невского"

RENAISSANCE DEVELOPMENT

Открытие бизнес-центра во втором квартале 2013 года

● РЕНЕССАНС ПРЕМИУМ

Бизнес-центр класса "А"
ул. Решетникова, 14

Рenaissance Premium - это практичное, светлое, современное офисное пространство, полностью соответствующее международным стандартам во всех областях технических достижений. Это высокое качество проектирования и материалов, использованных при строительстве.

- общая площадь здания - 21 000 кв.м.
- арендопригодная площадь - 14 000 кв.м.
- возможность планирования офисного пространства под клиента
- подземный паркинг, рассчитанный на 73 места
- 350 метров до станции метро "Электронная"

Телефон: 313-3-313

Адрес: www.rendvlp.com

Компания Renaissance Development была основана в 2001 году с целью предоставления полного цикла услуг в области недвижимости: инвестиций, строительства, реконструкции, управления и эксплуатации недвижимых объектов на российском рынке собственности.

коммерческая недвижимость

Третий квартал прироста трем бизнес-центрами

Ставки остались без изменений

НОВЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ

В июле — сентябре 2012 года объем качественных офисных площадей в Петербурге увеличился на 58,36 тыс. кв. м и достиг 2,15 млн кв. м. Объем ввода офисных площадей за третий квартал 2012 года стал наибольшим по сравнению с первыми двумя кварталами текущего года.

Как подсчитали аналитики Jones Lang LaSalle, за три месяца на рынок Санкт-Петербурга вышло пять новых объектов, в том числе бизнес-центры «Собрание» (арендопригодная площадь 22,14 тыс. кв. м) и «Международный» (арендопригодная площадь 12 тыс. кв. м) компании «Адамант».

Девелоперы постепенно активизируются, вследствие чего количество анонсируемых проектов растет. Так, до конца текущего года общий объем введенных качественных офисных площадей достигнет 200 тыс. кв. м, что сопоставимо с показателями 2006–2007 годов.

С точки зрения спроса по отраслям в период с января по сентябрь наиболее активными были компании, действовавшие в секторе разработок: их доля в общем объеме сделок составила около трети. Это обусловлено продолжающейся экспансией структур компании «Газпром» в Санкт-Петербурге; а также рядом крупных сделок аренды, заключенных уже существующими игроками рынка.



До конца текущего года общий объем введенных качественных офисных площадей достигнет 200 тыс. кв. м, что сопоставимо с показателями 2006–2007 годов

Также одним из лидеров по объему арендованных площадей остается информационный (IT) сектор, на долю которого пришлось 22% сделок за первые девять месяцев 2012 года.

В третьем квартале 2012 года объем чистого поглощения офисных площадей в зданиях классов А и В составил 56,55 тыс. кв. м, а с начала года — 190 тыс. кв. м, причем доля класса А в этом объеме составила 54%. Традиционно наибольшая активность с точки зрения географии спроса была сформирована в районах, где

были введены новые качественные офисные объекты: в Московском, Василеостровском и Фрунзенском.

Примечательно, что аналитики Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate дают другую картину. По мнению специалистов этой компании, в третьем квартале 2012 года объем чистого поглощения офисных площадей в Петербурге по бизнес-центрам класса А, В+ и В составил около 14 тыс. кв. м.

В Jones Lang LaSalle полагают, что доля вакантных площадей в третьем квартале 2012 года

осталась на уровне 9,7%. В то же время в бизнес-центрах класса А произошло сокращение доли свободных площадей с 14,7 до 12,2%, а в классе В — увеличение до 8,9% против 7,8% во втором квартале. В абсолютном выражении объем вакантных площадей в классе А составил 69,49 тыс. кв. м, в классе В — 138,74 тыс. кв. м (против 81,65 тыс. кв. м и 120,2 тыс. кв. м кварталом ранее).

В Astera считают, что средний уровень вакансий на рынке офисных центров Санкт-Петербурга снизился с 8,2% во

втором квартале 2012 года до 6,2%.

По данным Jones Lang LaSalle, в июле — сентябре ставки аренды на офисном рынке Санкт-Петербурга изменились незначительно, в пределах 2%. По итогам квартала они составили \$350–420 за кв. м в год в классе А и \$250–330 — в классе В.

Вероника Лежнева, руководитель отдела исследований компании Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, прокомментировала: «На протяжении последних посткризисных лет разницы между ставками аренды в зданиях классов А и В оставалась сравнительно небольшой. Однако в третьем квартале этого года появилась тенденция к увеличению разрыва между ставками аренды в бизнес-центрах, расположенных в сопоставимых локациях, но относящихся к различным классам. Пока это заметно лишь на примере тех районов, в которых ведется наиболее активное строительство объектов офисной недвижимости. Однако не исключено, что в перспективе это станет общим трендом для всех объектов класса А, функционирующих в Петербурге».

В Astera согласны с тем, что уровень средних арендных ставок по всем классам по сравнению со вторым кварталом 2012 года существенно не изменился. «Это связано с летним спадом спроса, незначительным объемом ввода новых

объектов в течение первых трех кварталов, переносом сроков открытия большого количества проектов. В классах А и В ставки снизились в среднем на 2,4 и 1,9 процента соответственно, в классе В+ средняя ставка аренды выросла на 7,4 процента. Низкий уровень вакансий к концу третьего квартала приводит к тому, что арендные ставки на свободные помещения определяют конкретными характеристиками каждого помещения, что может существенно влиять на диапазон уровня арендных ставок в классе», — говорят аналитики Astera.

До конца года в Санкт-Петербурге запланирован ввод в эксплуатацию 12 высокостальных бизнес-центров. В случае реализации всех заявленных проектов общая арендопригодная площадь на конец 2012 года составит около 1,9 млн кв. м, или около 430 кв. м на одного жителя города.

В то же время эксперты Astera полагают, что с большой вероятностью сроки ввода части объектов будут перенесены на 2013 год. «Но даже в этом случае объем ввода качественных объектов офисной недвижимости в 2012 году существенно превысит уровень 2011 года. Структура распределения офисных площадей по сегментам будет смещена в сторону роста доли класса А», — говорят

ДЕНИС КОЖИН

Неподъемный театр

НИШИ

(Окончание. Начало на стр. 20)

Такие коммерческие проекты зачастую становятся успешными и прибыльными, и в то же время обеспечивают дополнительный приток посетителей в комплекс», — говорит Денис Радзимовский, генеральный директор «S.A.Ricci — Санкт-Петербург».

По его данным, в Петербурге в составе многофункциональных центров открыто два театра. Первый — это детский театр «Плоды просвещения» в ТРК «Гранд Каньон». «Данный проект самостоятельно не является коммерчески выгодным предприятием. Но в связи с тем, что целевая аудитория торгового центра и театра комплементарны, проект стал достаточно успешным и привлек дополнительный поток посетителей в комплекс. С точки зрения создания общественного пространства подобные проекты необходимы городу еще и в силу того, что в центральных районах Петербурга можно найти места проведения досуга, тогда как в спальных районах города найти их проблематично, а возможность выезжать в центр каждые выходные есть не у всех», — говорит он.

Другим примером является всемирно известный клоун-мим-театр «Лицедей», разместившийся в МФК «Толстой сквер». «Театр работает в очень интересном интерактивном формате. Но при этом стоит учитывать, что «Толстой сквер» — это в первую очередь бизнес-центр класса А, поскольку офисные помещения в комплексе занимают порядка 60 процентов площадей. Прямое пересечение с арендаторами бизнес-центра не является фактором, увеличивающим количество посетителей театра. В связи с этим театр «Лицедей» не настолько коммерчески успешен, как театр в ТРК «Гранд Каньон», — считает господин Радзимовский.

Руководитель направления коммерческой недвижимости КЦ «Петербургская недвижимость» Любава Пряникова добавляет, что и целевые аудитории «Лицедеев» и торгового комплекса, расположенного в МФК «Толстой сквер», не пересекались. «Значительная разница в целевых сегментах торгового центра и театра привела к тому, что объекты существовали обособленно друг от друга — поток потребителей торговой функции и поток зрителей театра совершенно не пересекались. Сейчас «Толстой сквер» проводит значительную реконструкцию, и ситуация может измениться», — рассуждает она.

В каждом из изученных городов действуют свои правила, есть свои условия работы, и нет единого тренда, характерного для них», — рассуждает она.

ДЕНИС КОЖИН

Против кино не попершь

Впрочем, не все эксперты считают, что театр в виде якорного арендатора способен выправить ситуацию. Любава Пряникова считает, что объекты культуры в роли магнита существенно проигрывают традиционным кинотеатрам и паркам развлечений и могут успешно функционировать только как дополнительная развлекательная функция. «Примером удачного размещения объектов культуры является ТРК «Галерея», где интерактивный музей „Умникум“ дополняет широкий ряд

организаций сферы развлечений (развлекательный парк, кинотеатр, боулинг). В 2010 году предполагалось, что около 400 кв. м площадей в „Галерее“ займет Молодежный центр театрального и киноискусства „Миг“, однако от этих планов позже отказались», — вспоминает она.

Эксперты рынка говорят, что хорошим показателем считается, если проект заработал до 20% своего бюджета. «Объектам культуры приходится соперничать с многочисленными объектами досуга: кинотеатрами, ресторанами, клубами. Чтобы привлечь посетителей, нужно быть постоянно на слуху, регулярно удивлять какими-нибудь выставками и нестандартными акциями», — говорит Светлана Чевдарь, директор департамента консалтинга и оценки недвижимости КГ «Лаир».

По ее мнению, ниша частных музеев и театральных проектов в России не освоена. «Окупаемость малых проектов может составить два-три года, а по крупным и значимым может растянуться до бесконечности», — говорит госпожа Чевдарь.

Светлана Попова, маркетолог-аналитик ЗАО «БФА-Девелопмент» полагает, что срок окупаемости музея или театра может достигать 25–30 лет. «Пока инвесторы реализуют их скорее из любви к театру и искусству или как имиджевые. Кому же реализация проектов имеет дополнительные нюансы — более длительное и сложное согласование (так как каждый проект уникален), трудности с прогнозами по окупаемости и расчету показателей бизнес-плана (так как рынок молодой). Эти риски должен взять на себя инвестор проекта без каких-либо гарантий и пока оптимистичных прогнозов роста рынка», — рассуждает она.

Светлана Попова считает, что музей или театр не могут быть приоритетным бизнесом, частные проекты организуются больше как PR-акции, как магниты для развития туризма. Все чаще открывают мини-музеи или экспозиции рядом с автосалонами (объекты с автомобильной тематикой), в составе общепита (музей водки) и прочее. В будущем получат развитие корпоративные выставки при производстве и в офисах компаний.

«Чаще всего имеют успех такие разноплановые проекты, как, например, „Лето в Новой Голландии“. Заметным и успешным проектом является музейный комплекс „Эрарта“ — самый крупный негосударственный музей современного искусства в России. Как заявляют кураторы музея, цель этого проекта не в извлечении прибыли: все средства идут на дальнейшее развитие искусства», — рассуждает госпожа Чевдарь.

«Вопрос еще и в том, может ли культурный объект, расположенный в новом жилом районе, стать центром притяжения для потенциальных потребителей — жителей этого района. С моей точки зрения, безусловно, может стать», — заключает Владимир Скигин, совладелец управляющей компании «Сателлит Девелопмент».

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Снять офис по-русски

Аренда помещений в бизнес-центрах разных городов имеет свои традиции

национальные особенности бизнеса

Петербург вполне ожидаемо сегодня занимает второе место на территории СНГ по величине ставок аренды в бизнес-центрах. Третье место досталось Астане. Условия аренды в разных странах и даже городах одной страны серьезно различаются.

Алексей Ефимов, директор по России и СНГ, начальник отдела по работе с корпоративными клиентами Jones Lang LaSalle, рассказал: «Одними из основных показателей зрелости и стабильности рынка офисной недвижимости являются уровень арендных ставок и срок аренды помещения. На московском офисном рынке ставки выше, чем в других городах, и это во многом обусловлено высоким уровнем жизни и ее стоимостью в столице. В Москве по сравнению с другими рынками гораздо больше объектов инвестиционного качества, которые также поддерживают максимальные ставки на высоком уровне. Кроме того, бизнес исторически концентрируется в Москве, и большой объем спроса на качественные объекты определяет величину арендных ставок».

По размеру максимальных арендных ставок Москва среди изученных городов является безусловным лидером, а

также входит в число городов с наиболее высокими ставками в регионе EMEA, уступая лишь Лондону. Так, стоимость аренды офисов класса премиум в российской столице достигает \$1,2 тыс. за кв. м в год против \$1,603 тыс. за кв. м в Лондоне.

Среди изученных городов второе место по величине ставок занимает Санкт-Петербург; третье — Алма-Ата и Астана, замыкает рейтинг Киев.

Стандартный срок арендных договоров в Москве также значительно превышает показатели других городов и составляет 5–7 лет против максимального периода пять лет в Петербурге, Киеве, Алма-Ате и Астане. При этом в Северной столице и городах Казахстана арендаторы могут заключать договоры на беспрецедентно маленькие сроки — 11 месяцев (в классе В).

Алексей Ефимов объясняет: «В Москве девелоперы и инвесторы обычно имеют долгосрочную стратегию и предпочитают заключать договоры с арендаторами на длительный период — в некоторых случаях до 10 лет. В Петербурге, Киеве, Алма-Ате и Астане некоторые собственники офисных зданий по-прежнему предпочитают краткосрочные

договоры — они пытаются „поймать момент“ и надеются на повышение ставок в перспективе. Также стоит отметить, что лишь в Москве ставки устанавливаются в расчете за квадратный метр в год, тогда как в других изученных городах — из расчета за квадратный метр в месяц. Лишь в некоторых зданиях класса А в Петербурге устанавливается годовая плата за аренду».

Арендные каникулы представляют собой период, на который арендатор освобождается от платежей за офисные площади. Как правило, его продолжительность напрямую зависит от срока аренды: чем он больше, тем продолжительнее и каникулы. Время, в течение которого замораживается плата за использование помещения, для арендаторов московских офисов насчитывает от трех до шести месяцев, в то время как в Санкт-Петербурге и Киеве этот срок не превышает трех месяцев. В Казахстане каникулы могут длиться от двух недель до трех месяцев.

Алексей Ефимов отмечает: «Каникулы являются как коммерческим условием договора, так и техническим требованием арендатора. С одной стороны, это бонус за длительный договор аренды, с другой — этот период нужен компании на

отделку нового офиса. Поэтому продолжительность каникул зависит не только от срока договора, но и от объема занятых площадей, а значит, от количества fit-out работ».

В Москве, как правило, помещение предоставляется арендатору без отделки, но с готовыми общими зонами, отоплением, механическими системами, лифтами и системой противопожарной безопасности. Внутренняя отделка офиса обходится в среднем в \$700–1000 за кв. м. В Санкт-Петербурге якорным арендаторам может предоставляться уже с базовой отделкой: открытая планировка, стены отделаны и окрашены, установлены инженерные

системы, подвесные потолки. Таким образом, арендатор оплачивает дополнительные внутренние работы при необходимости. Ориентировочная цена внутренней отделки составляет \$400–700 на кв. м.

В Казахстане (Алма-Ата и Астана) помещения предоставляются с базовой отделкой или без нее. Стоимость внутренней отделки составляет \$600–700 на кв. м.

Другие арендные расходы, в частности обслуживание, уборка и охрана общих зон, включены в операционные расходы, однако охрана внутри арендуемых помещений оплачивается арендатором. Дополнительной расходной

системы, подвесные потолки. Таким образом, арендатор оплачивает дополнительные внутренние работы при необходимости. Ориентировочная цена внутренней отделки составляет \$400–700 на кв. м.

В Казахстане (Алма-Ата и Астана) помещения предоставляются с базовой отделкой или без нее. Стоимость внутренней отделки составляет \$600–700 на кв. м.

Другие арендные расходы, в частности обслуживание, уборка и охрана общих зон, включены в операционные расходы, однако охрана внутри арендуемых помещений оплачивается арендатором. Дополнительной расходной

ДЕНИС КОЖИН

Диапазон ставок аренды в качественных офисных зданиях			
	Премиум-класс, \$ за кв. м	Класс А, \$ за кв. м	Класс В+, \$ за кв. м
Москва	1000–1200	625–850	400–600
Санкт-Петербург	450–550	330–400	250–330
Киев	420	360–420	264–336
Алма-Ата/Астана	540	360–540	215–300

Источник: Jones Lang LaSalle

Условия аренды офисов в разных городах			
	Стандартный срок аренды	Арендные каникулы	Стоимость отделочных работ, \$ на кв. м
Москва	5–7 лет	3–6 мес.	700–1000
Санкт-Петербург	11 мес.* — 5 лет	2 недели — 3 мес.	350–700
Киев	3–5 лет	1–4 мес.	400–700
Алма-Ата/Астана	11 мес.* — 5 лет	2 недели — 3 мес.	600–700

*Характерно для некоторых зданий класса В

Источник: Jones Lang LaSalle

СЕВЕРЕН ТЕЛЕКОМ

Связь для бизнеса

Связь для сетевого клиента

+7 (812) 740-70-70
www.severen.ru