ПОГРЕТЬ РУКИ НА ТЕРМАХ

ДЕВЕЛОПЕРЫ, РАБОТАЮЩИЕ В СФЕРЕ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ, СТОЛКНУЛИСЬ С НЕОБХОДИМОСТЬЮ ПОИСКА НОВЫХ ФОРМАТОВ, СПОСОБНЫХ ГЕНЕРИРОВАТЬ ПОТОКИ ПОСЕТИТЕЛЕЙ В ТОРГОВЫЕ И МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ КОМПЛЕКС, А ТАКЖЕ ПОВЫШАТЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ЖИЛЫХ ДОМОВ. ОДНИМ ИЗ ТАКИХ ОТНОСИТЕЛЬНО НОВЫХ, АКТИВНО РАЗВИВАЮЩИХСЯ ФОРМАТОВ СТАЛИ ТЕРМАЛЬНЫЕ КОМПЛЕКСЫ. В СТОЛИЦЕ, ПО СЛОВАМ АНАЛИТИКОВ, ТАКИХ ПРОЕКТОВ, ПОЯВЛЯЕТСЯ ВСЕ БОЛЬШЕ, НЕ ЗА ГОРАМИ РАЗВИТИЕ ЭТОГО СЕГМЕНТА И В ПЕТЕРБУРГЕ. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Российский рынок термальных комплексов в формате самостоятельных курортно-оздоровительных объектов начал формироваться с 2012 года. До этого термальные услуги были частью инфраструктуры баз отдыха и отелей. По состоянию на январь 2025 года в России, по данным NF Group, функционирует 60 термальных комплексов общей площадью 340 тыс. кв. м. В 2024 году было открыто 13 новых объектов общей площадью 70 тыс. кв. м.

Заместитель директора Банковского института развития Юлия Макаренко говорит: «В ближайшие пару лет рынок термальных комплексов будет насыщаться. К 2028 году ожидаем удвоения (исходим из изначально невысокой базы, число объектов исчисляется лишь десятками). Интерес подогревается общим трендом заботы о себе и своем здоровье. Термы располагают либо в отдельно стоящих помещениях (предполагаются самые крупные инвестиции), в ТРЦ, в отелях (можно посещать без проживания). Термы как бизнес сами по себе создают трафик, тем не менее для многих важны транспортная доступность и размещение в городской черте».

Юрий Тараненко, директор по коммерческой недвижимости ГК «Кортрос», полагает, что такие проекты физически реализовать можно далеко не везде. Для крупного комплекса требуется 1,5–2 га земли. Кроме того, термальные комплексы требуют больших объемов электрических мощностей и соблюдения высоких требований по водоснабжению и теплу. «Более того, девелоперу с подобным проектом крайне сложно выйти в окупаемость. Это возможно только в случаях, когда сам застройщик выполняет функции УК термального комплекса. Но на это готов не каждый девелопер»,— указывает он.

Марина Чернякова, руководитель отдела коммерческой недвижимости девелоперской компании «Мангазея», говорит, что для локальных термальных клубов, где предусматриваются небольшой хаммам и сауна, потенциальные арендаторы запрашивают помещения 120–150 кв. м — здесь все осталось практически без изменений. А вот в термах, где дополнительно планируются бассейн и джакузи, уже мало 1,2–1,5 тыс. кв. м, как три-четыре года назад. Операторы запрашивают возможность организовать от 2 тыс. кв. м с большой мощностью и нагрузкой на перекрытия.

Игорь Кокорев, операционный директор департамента стратегического консалтинга Nikoliers, говорит, что рынок термальных комплексов дает возможность реализации различных форматов объектов, которые могут быть как сравнительно компактными — менее 1000 кв. м, так и крупными — площадью более 10 тыс. кв. м.

«Распространенный формат крупного термального комплекса предполагает наличие термальной зоны с несколькими видами бань и саун, количество которых может превышать десять, зоны отдыха, как правило, у бассейна, бар или иное предприятие общественного питания. Оптимально также включение в проект уличной зоны с бассейном (outdoor). В зависимости от концепции формат может дополняться бассейнами с минеральной или соленой водой, гидромассажным бассейном или зонами в бассейне, детской зоной, элементами аквапарка (горками), оздоровительными зонами»,— рассказывает эксперт.



ЕВГЕНИЯ ЯБЛОНСКАЯ

ОКУПАЕМОСТЬ ТЕРМАЛЬНЫХ КОМПЛЕКСОВ ПРИ НОРМАЛЬНЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛОВИЯХ МОГЛО БЫ СОСТАВЛЯТЬ ДВА-ТРИ ГОДА, НО ПО СЕГОДНЯШНИМ СТАВКАМ МОЖЕТ ДОХОДИТЬ И ДО ВОСЬМИ ЛЕТ

В ТОРГОВОМ ЦЕНТРЕ Юлия Тряскина, руководитель и партнер UNK interiors, рассказала, что компания проектирует несколько термальных комплексов Termoland в торговых центрах крупных городов России. «Вопрос площади термальных комплексов тесно связан с технологическими требованиями и зависит от множества факторов, включая расположение объекта, цели инвесторов и специфические нужды региона. Так, например, комплексы площадью около 6 тыс. кв. м могут включать обширную развлекательную зону, тогда как небольшие проекты варьируются от 600 до 1000 кв. м. Все определяется задачами, стоящими перед проектом»,— замечает она.

По словам эксперта, в случае создания термального комплекса в густонаселенном городском районе важно учитывать культурные аспекты и потребности местных жителей. Для привлечения широкой аудитории, помимо медицинского назначения, необходимо предусмотреть разнообразную развлекательную программу, что потребует увеличения общей площади комплекса. «Однако, если речь идет о туристическом объекте, например, о термальном комплексе при гостинице, то площадь может составлять от 1 до 3 тыс. кв. м, в зависимости от конкретных условий»,— добавляет госпожа Тряскина.

Важнейшим фактором остается наличие природного источника воды или искусственно созданной водной инфраструктуры, способствующей формированию уникальной атмосферы. «Рынок термальных комплексов чрезвычайно разнообразен, каждый объект обладает своей индивидуальностью, начиная от эксклюзивных предложений класса люкс и заканчивая проектами массового сегмента. Подобное разнообразие делает этот сегмент рынка востребованным и актуальным, особенно учитывая примеры европейских городов, таких как Будапешт с его городскими банями или Баден-Баден с закрытыми термальными источниками, где каждая категория комплекса находит свою уникальную аудиторию»,— рассуждает госпожа Тряскина.

БЛИЖЕ К ЛЮДЯМ В последнее время для повышения привлекательности своих объектов термальные комплексы стали организовывать застройщики жилья.

Павел Евсюков, руководитель по развитию продукта Hansa Group, отмечает: «Если говорить о спа-комплексе как отдельном виде бизнеса в составе жилого комплекса, открытом для внешней аудитории, то минимальная площадь составляет 500–600 кв. м. Так, в городском термальном курорте, который появится в нашем проекте SAAN, на площади около 600 кв. м нам удалось разместить три различных бассейна, две парных, раздевалки и подсобные помещения. Курорт рассчитан на одновременное пребывание 40 человек. При этом мы уже сейчас понимаем необходимость добавления дополнительных водных аттракционов и спа-зон, поэтому закладываем дополнительные площади под их расширение».

По словам господина Евсюкова, себестоимость готовых решений сильно зависит от выбора поставщиков. «Оборудование европейских производителей, которое мы рассматриваем в приоритете, стоит в три-пять раз дороже китайских аналогов. Однако такие вложения окупаются за счет более высокого качества, долговечности, автоматизации процессов и минимизации человеческого фактора»,— подчеркивает он.

Только за последние месяцы несколько крупных застройщиков сообщили о планах по созданию спа-пространств в своих проектах. «Петербург — северный город с коротким летом. Наличие круглогодичного доступа к инфраструктуре термальных комплексов способно усилить позиционирование проекта. Особенно если речь идет о проекте МФК, рассчитанном на туристическую и бизнес-аудиторию»,— полагает господин Евсюков.

ОКУПАЕМОСТЬ ЗА НЕСКОЛЬКО ЛЕТ Госпожа Макаренко примерные инвестиции в создание термального комплекса оценивает от 170–250 млн рублей до 500 млн и выше. «Очевидно, что стройка отдельного здания обойдется дороже переоборудования части торгового центра. Окупаемость в среднем, по отзывам участников рынка, до пяти лет при посещаемости от нескольких сотен человек в день»,— говорит она.

При этом, по ее словам, под термы можно переоборудовать далеко не каждый ТРЦ. К примеру, подойдут только площади, которые предполагают нагрузку 500–600 кг на квадратный метр и выше; с зоной разгрузки и отдельным входом для посетителей — это связано с режимом работы такого вида досуга (с шести-семи утра и до полуночи). «Также принципиальна недорогая аренда, поскольку требуется от 1 до 30 тыс. кв. м площади под термы. Это, в свою очередь, выгодно и ТРЦ, которые испытывают сложности с уходом западных брендов из России и тотальным уходом покупателей в онлайн. Руководство в первую очередь заинтересовано в организации досуга и переориентации ТРЦ в сторону больше развлекательного, чем торгового профиля. К тому же подобные арендаторы — это залог долгих отношений. Если торговая точка ритейла одежды, обуви, косметики и книг может в любой момент съехать и ТРЦ недополучит доход, то перестройка части здания привязывает бизнес к определенному объекту. Примеров такой синергии станет больше»,— думает госпожа Макаренко.

Ольга Широкова, региональный директор департамента консалтинга и аналитики NF Group, полагает, что окупаемость термальных комплексов при нормальных финансовых условиях могло бы составлять два-три года, но по сегодняшним ставкам может доходить и до восьми лет.

«Срок окупаемости может очень сильно разниться в зависимости от схемы реализации: новое строительство или реконструкция, покупка помещения, строительство нового или аренда существующего. В наиболее простом и благоприятном случае инвестиции могут окупиться за три года, но при полном цикле девелопмента и крупном и сложном объекте может составить и 10–12 лет»,— высказывает мнение господин Кокорев.

Риски перенасыщения рынка в ближайшие годы, по его мнению, пока невелики: сегмент только входит в активную стадию и на ряде потенциально крупных рынков имеет очень невысокую степень развития. «Однако отдельные локальные рынки могут столкнуться с дефицитом спроса, особенно при одномоментном резком расширении предложения или неверной изначальной оценке рынка. Такие примеры могут стать важным сигналом, которые помогут более взвешенно подходить к созданию новых объектах и на других рынках»,— делится господин Кокорев.

Рынок термальных комплексов находится на стадии активного роста, и риск перенасыщения пока неактуален. «Это новая культура. Даже в Москве, несмотря на некоторое разнообразие, выбор достойных вариантов ограничен, и большинство существующих объектов требуют обновления или внедрения новых подходов к проектированию именно термальных комплексов. Рынок только начинает развиваться, и говорить о его перенасыщении преждевременно: до достижения этого уровня пройдет еще минимум десять лет»,— считает госпожа Тряскина. С ней согласны и другие коллеги. ■