ОСТАНОВКА И ЗРЕЛОСТЬ Эксперты обращают внимание, что за последние годы число заявляемых и реализуемых проектов сокращается. «Десять лет назад рынок только формировался. Сейчас объектов, где можно открывать такие пространства, стало меньше»,— говорит Станислав Ступников. Тем не менее заявлен новый проект в Выборге от инвесторов пространства Seno, ГК «ПСК» проектирует пространство в рамках своего нового ЖК в Галерной гавани, перечисляет он.

Госпожа Шарыгина полагает, что можно говорить о некотором затишье в сегменте креативных кластеров, хотя несколько новых пространств анонсируется каждый год. «Основная причина — высокая стоимость денег. Девелоперы креативных кластеров во многом зависят от кредитов, у большинства нет возможности финансировать свои проекты только за счет собственных средств. В результате нехватка доступного дешевого капитала приводит к замедлению развития новых проектов»,— поясняет она.

«Креативные кластеры перестали быть модной темой. Инвесторы и девелоперы теперь подходят к ним не просто как к культурным проектам, а как к сложным, но перспективным активам, требующим профессионального управления»,— подчеркивает господин Мартынов.

«Рынок взрослеет, и такие проекты перестают быть модным явлением, превращаясь в устойчивую городскую инфраструктуру. Поэтому речь идет не о спаде, а скорее об этапе некоего переосмысления»,— комментирует Эдуард Тиктинский, президент группы RBI.

Тем не менее новые проекты на рынке появляются. Например, активно развивается «БС Арт Дев». «У нашей компании большие планы по развитию. Так, мы скоро открываем пространство „Брюллофт“. Кроме того, мы взяли у ГК „Арсенал“ на территории Государственного оптического института им. Вавилова под управление более 30 тыс. кв. м и продумываем концепцию развития этой локации»,— делится Александр Басалыгин.

Компания также рассматривает участие в других проектах по развитию территорий, в том числе, в сегменте домов культуры. В сентябре «БС Арт Дев» взяла в аренду ДК в Колпино — бывший кинотеатр «Пламя». «Вообще, мы называем себя „собирателями ДК всея Руси“, поскольку дома культуры как раз отлично подходят для создания там креативных и общественных пространств»,— комментирует господин Басалыгин.

ПРИЧИНА УСПЕХА Рассуждая о том, что делает креативные кластеры успешными, участники рынка отмечают несколько факторов. Господин Ступников главным залогом успеха называет удачную локацию. Несомненно, эффективность зависит и от грамотно продуманной концепции. «Ориентир на многофункциональность я бы ставил здесь во главу угла»,— указывает он.

«Креативные пространства устойчивы только в связке с общественными пространствами, занимая в них небольшую долю. Проект, состоящий исключительно из креативных пространств, финансово нежизнеспособен в долгосрочной перспективе. Такой объект может проработать около года, после чего резиденты рискуют обанкротиться, создавая проблему поиска новых арендаторов»,— уверен господин Трушин.

«Успешность проекта в первую очередь определяют деньги и косвенные параметры, к которым нужно отнести посещаемость и заполняемость. Понятно, что заполняемость большинства пространств на уровне 100% невозможна, но если она превышает 60–70%, то уже можно считать такое пространство успешным»,— комментирует госпожа Шарыгина.

При этом перспективы для развития креативных кластеров в Петербурге вовсе не исчерпаны. Число производств в центральных и околоцентральных районах Петербурге уменьшается. Кроме того, количество объектов культурного наследия сохраняется, а это основные площадки, на которых появляются креативные пространства, считает эксперт.

По мнению господина Тиктинского, для гармоничного развития города важно, чтобы такие пространства были максимально рассредоточены по всему городу, а не собраны в центре. «Хотя при прочих равных культурные кластеры и общественные пространства в объектах культурного наследия, конечно, обладают особой притягательностью. У них уже есть имя, есть история, людям нравится, когда у места есть прошлое»,— рассуждает он.

По мнению господина Мартынова, новые проекты могут возникать и на территории бывших промзон. «Это идеальный „конструктор“ для таких пространств. Здесь уникальное сочетание атмосферы, гибкости и локации, которое почти невозможно повторить с нуля»,— думает он. Эксперт добавляет, что потенциал для развития креативных кластеров есть и у спальных районов. Там тоже могут сформироваться центры притяжения, которые избавят жителей от необходимости ехать в центр города для работы и проведения качественного досуга.

ИНТЕРЕСНЫЕ ПРИГОРОДЫ По мнению Ольги Шарыгиной, интересные объекты для создания креативных пространств есть и в пригородах Петербурга. Это водонапорные башни, большие и маленькие особняки, дачи, базы отдыха. При разработке проекта инвесторам важно оценить, легко ли доехать туда из Петербурга и есть ли еще какие-то интересные объекты в данной локации. «Создать из одного особняка сильный магнит, чтобы только ради него ехали,— это большое искусство. При этом есть риск, что популярностью данное место пользоваться не будет»,— говорит она. В качестве успешного примера она приводит Осиновецкий маяк. Команда проекта не ограничилась созданием только лишь креативного пространства, дополнив отельную функцию, ресторан и пляж.

ПЛЮС ОБРАЗОВАНИЕ Ирина Царькова отмечает, что на рынке существует потребность со стороны горожан к созданию образовательных кластеров — объединений образовательных учреждений, творческих и спортивных проектов, стартапов, бизнесов и культурных организаций, расположенных на одной территории и взаимодействующих для совместного развития и обмена опытом. В Санкт-Петербурге среди интересных примеров подобных площадок можно отметить «Квартал „Ленполиграфмаш“», говорит она. По словам госпожи Царьковой, сейчас развиваются и будут развиваться гибридные пространства, сочетающие торговые площадки, гастрономические заведения (авторские кафе, фуд-маркеты) и культурные мероприятия (выставки, перформансы). Такие форматы становятся отраслевым стандартом не только для креативных кластеров. Фуд-холлы в стрит-ритейле и ТЦ также начинают интегрировать ивент-площадки в гастропространство.

Кроме того, продолжается усиление развития фитнес-индустрии: хореографические и сайкл-студии, открытые тренировки на территории креативных кластеров. Растет популярность сезонных мероприятий: летних фестивалей, открытых кинотеатров, катков. Все эти мероприятия привлекают широкую аудиторию и помогают сглаживать колебания посещаемости, уверена госпожа Царькова.

БУДУЩЕЕ ЗА МАЛЫМИ Участники рынка также считают, что креативным кластерам есть куда расти. При этом отмечаются две разнонаправленные тенденции. «С одной стороны, появление и развитие креативных индустрий — это некий ответ на экономические сложности в стране. Промышленность сейчас не в очень хорошем состоянии, и можно предположить, что, возможно, какие-то помещения, где сейчас находятся промпредприятия, будут освобождаться. Что создает возможность для организации на этих площадях общественных или креативных кластеров»,— говорит господин Басалыгин.

С другой стороны, стоимость проведения ремонта сильно возрастает, сейчас инвестиции в восстановление квадратного метра уже превышают в среднем 200 тыс. рублей, что не может не тормозить интерес к реализации новых проектов.

«Поэтому мне кажется, что креативные кластеры развиваться все же будут, но больших, крупных проектов в ближайшее время мы не увидим. Скорее новые пространства будут появляться в домах культуры, небольших лофтах, которые не требуют значительных инвестиций для реставрации и ремонт»,— заключает эксперт. ■

РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ ЧЕРЕЗ ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА

СЕРГЕЙ СОФРОНОВ,
КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР ГК «ПСК»


АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Развитие общественных пространств в Петербурге идет двумя путями: силами городских властей и силами частных инвесторов, девелоперов и других структур. В первом случае преобладают социальные, досуговые, спортивные и прочие подобные функции. Это приведение в порядок скверов и парков, обустройство прибрежных территорий, бульваров. В Петербурге в этом направлении за последние два года сделано много: около 100 объектов для общественного времяпрепровождения. Федеральный проект «Формирование комфортной городской среды» в городе работает действительно хорошо.

Если общественные пространства создаются на частные средства, то превалирует креативный, деловой, гастрономический и прочий досуговый функционал. Чаще всего в оборот берутся здания и участки, требующие не только обновления, но и полного перезапуска в своей функции. Это работа с недвижимостью, концепцией, последующим наполнением и управлением.

И в данном случае ключевым в определении формата и функций всегда является вопрос экономики и параметров участка. Проще говоря, что можно сделать в конкретном месте, сколько это будет стоить и насколько будет востребовано в будущем. Наиболее благоприятные вводные для таких проектов: земельный участок и здания на нем (при их наличии) в собственности инвестора, а перспектива переустройства территории и приспособления ее под современное использование имеет под собой приемлемую финансовую модель.

Попытка разделить и как-то классифицировать такие проекты на общественные, креативные или досуговые фактически будет выявлять назначение и позиционирование. На практике оно почти всегда мультиформатное, с какой-либо основной идеей. Пожалуй, именно у таких вариантов наибольший потенциал для развития. Деловая функция запросто может сочетаться с креативной или досуговой. Препятствовать такому сочетанию могут, пожалуй, какие-то откровенно нежелательные варианты соседства, например, концертная площадка и офисы рядом.

Дальнейшее управление, как правило, ставит перед собой классическую задачу обеспечить прибыль (как минимум — окупаемость), которая базируется на создании потока посетителей и известности объекта. Иными словами, в этих концепциях всегда есть направления, генерирующие посещаемость и общественный интерес, и есть направления, которые создают доходность. Возврат инвестиций, в конце концов, никто не отменял. Но одно дополняет другое, и без социальной ценности такие проекты обычно не взлетают.

Отсюда функционал — от общественной пользы до создания рабочих мест. Объект включается в цепочки создания добавленной стоимости и становится полноценным участником городской постиндустриальной экономики.

Если же обобщить понятие общественные пространства, включить туда все возможные кластеры, то можно выявить три варианта их появления за счет частных инвесторов. Первый — это работа с объектами культурного наследия, и это наиболее сложный вариант. Второй — реконструкция имеющихся объектов с более «простым» статусом. Третий вариант — создание объекта с нуля, и у нас есть такой опыт. В свое время мы создали для микрорайона Славянка культурно-досуговый центр (КДЦ), в котором объединены социальные, спортивные, досуговые и торговые функции. При центре был также создан парк, по площади равный всему зданию КДЦ. В итоге в центре работают федеральные и малые арендаторы с социальной направленностью, появились фитнес-центр с бассейном и площадка для проведения районных мероприятий. Это хороший пример вовлечения территории в оборот и создания коммерческих перспектив для мультиформатного проекта, необходимых в данном случае.

В ближайшее время мы займемся созданием нового культурного и делового пространства по более сложному варианту — с реконструкций зданий и приспособлением, обустройством набережной в пешеходный формат. Этот проект будет реализован на Васильевском острове, у Галерной гавани в рамках уже начавшегося строительства одноименного жилого комплекса.

Жилая недвижимость довольно редко сочетается с общественным кластером. Кроме того, локация этой акватории более чем историческая, начавшая формироваться в 1723 году. Для нас как для команды компании-девелопера работать над этим проектом — новый и волнующий опыт. Конечно, мы и раньше строили объекты в исторических локациях, обновляли городские зеленые зоны. Но этот проект для нас, что называется, «левел ап», по совокупности еще более заметный на карте города. Это яркий пример того, как приобретенный участок получает внятные перспективы для превращения в жилую, культурную, деловую и рекреационную функцию.

В работе над нашим новым проектом также важна архитектурная составляющая. У Галерной гавани будут реконструированы исторические здания, вместе со среднеэтажной жилой застройкой они визуально дополнят облик всей акватории.

Культурные, деловые и общественные пространства на сегодня — это сложные, но перспективные проекты, развивающие облик города, вносящие разнообразие в жизнь горожан и создающие вклад в экономику Петербурга.