коммерческая недвижимость

Торговое затишье

— пространство для развития —

с17 Прежде всего, это ТРЦ „Лето“, давно и успешно работающий на рынке. Среди потенциальных арендаторов формат аутлета может вызвать интерес у спортивных брендов», — отмечает госпожа Никандрова.

Впрочем, тормозит развитие рынка торговой недвижимости не только экономический кризис. Некоторые участники рынка полагают, что развитие интернет-технологий изменит весь ландшафт на рынке торговой недвижимости. Юрий Борисов, управляющий партнер холдинга «АйБи Групп», говорит: «Развитие интернет-торговли приводит к уменьшению форматов магазинов розничной торговли бытовой техники и электроники (MediaMarkt, например, сократил свою площадь в два раза). И наоборот, чтобы укрепить свое позиционирование, наблюдается увеличение в два-три раза форматов магазинов у таких компаний, как „Твое“, „Остин“, Gloria Jeans, Incity, Oggi. Самым ожидаемым в Петербурге является формат department store (Galleries Lafayette и House of Fraser), но магазины, работающие в этом формате, пока заявляют о своем развитии в ближайшие пять лет только в Москве».

Ирина Онищенко, генеральный директор ЗАО «Центральное управление недвижимости „ЛенСпецСМУ“» (входит в Etalon Group), согласна с господином Борисовым: «Мировые тенденции направлены в сторону дистанционного обслуживания клиентов, так развивается мелкая розничная торговля. Все больше появляется вендинговых аппаратов по продаже продуктов питания и товаров народного потребления». Впрочем, она замечает, что Петербург по-прежнему испытывает острую потребность и в традиционных площадках под продовольственную розницу формата «у дома» площадью не менее 500 кв. м.

Господин Борисов полагает, что появление новых форматов торговли определяется ситуативной моделью, которая встречается в жизни человека, а не возникает сама по себе. Например, «гастрономический конструктор», формат, популяризируемый сегодня в Москве студией Юлии Высоцкой, связан прежде всего с интересом к гастрономии в целом, а также с недостатком времени для поиска необходимых продуктов. В Петербурге такой формат только начинает развиваться. с19

Новый курс для ТРК

— реконцепция —

Углубление кризиса заставляет владельцев торгово-развлекательных центров все более внимательно следить за тенденциями рынка — с ухудшением покупательской способности населения на плаву будут оставаться лишь те комплексы, которые отвечают всем современным течениям. Менее успешным центрам придется менять концепцию, закрываться или даже включать иные функции, изначально проектом не предусмотренные.

Тема реконцепции торговых комплексов в последнее время стала очень актуальной и постоянно обсуждаемой в профессиональном сообществе. Однако, считает Анна Никандрова, региональный директор по торговой недвижимости Colliers International в Санкт-Петербурге, по факту примеров масштабной реконцепции ТК в Петербурге не так уж много. «Практически единственным девелопером, решившимся на временное закрытие объекта для реконцепции, является Fort Group с проектами ТРК „Академ Парк“ и „Лондон Молл“», — говорит госпожа Никандрова. В то же время, по ее словам, незначительной реконцепции в рамках ротации арендаторов без закрытия объектов подвергаются практически все объекты. Это работа управляющей компании, которая должна следить за актуальными тенденциями рынка и за тем, чтобы комплекс морально не устаревал и продолжал аккумулировать высокие потоки покупателей.

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Практически единственным девелопером, решившимся на временное закрытие объекта для реконцепции, является Fort Group с проектами ТРК «Академ Парк» и «Лондон Молл»

Первый опыт

Валерий Трушин, руководитель отдела консалтинга East Real, к наиболее ярким примерам реконцепций последних лет относит торговый комплекс «Рыбацкий», ТРК «Румба», сменивший формат на стоковый центр; ТРК «Академ Парк», перепрофилированный из мебельного центра «Грэйт»; ТРК «Сити Молл», где были изменены планировочные решения, проведена ротация арендаторов. В торговой галерее МФК «Толстой сквер» была проведена ротация арендаторов с целью ориентации комплекса на ежедневные потребности целевой аудитории, проживающей и работающей в Петроградском районе; также господин Трушин отмечают реконцепцию части ТРК «Гранд Каньон»: на месте развлекательного клуба «Лидер» появился детский проект «Дивный город».

Светлана Чернышева, руководитель отдела проектного брокериджа компании Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, говорит, что в настоящий момент проводится реконцепция торговых комплексов «Путиловский» и «Нарва».

В целом главный признак необходимости реконцепции — это низкий либо нестабильный операционный доход ТРК. Низкий доход имеют проекты с плохой заполняемостью несмотря на большие скидки на аренду помещений (иногда в неуспешных ТРК скидки на аренду достигают 50% и более). Для ТРК с нестабильным операционным доходом характерна высокая ротация арендаторов и стойкая тенденция к снижению ставок аренды из года в год.

Но даже если объект изначально был удачным, естественный ход развития внешней среды все равно рано или поздно диктует необходимость реконцепции. В среднем срок «жизни» даже удачного торгового комплекса — 5–15 лет, считает госпожа Никандрова. «Строительство новых жилых кварталов, появление новых транспортных магистралей, возведение нового, более современного и качественного объекта в непосредственной близости — вот факторы, которые создают предпосылки для реконцепции», — отмечает она.

Игорь Кокорев, руководитель отдела стратегического консалтинга Knight Frank St. Petersburg, как и госпожа Никандрова, считает, что реконцепция торговых центров с правильной изначальной концепцией может потребоваться через 10–17 лет после начала работы. «В то же время проекты, в концепции или проектных решениях которых изначально были допущены просчеты, могут потребовать реконцепции практически сразу после запуска — через один-три года невозможность выйти на запланированные показатели работы становится очевидной», — говорит господин Кокорев.

Новая метла

Юрий Борисов, управляющий партнер холдинга «АйБи Групп», добавляет: «Санкт-Петербург, хоть и считается столицей сетевого ритейла России, однако до сегодняшнего дня все инвесторы первых торговых центров старались выживать без реконцепций и реноваций. Обычно только приход нового собственника означает возможность сколько-нибудь существенных изменений в проекте. Глубина таких изменений имеет свое определение: реконцепт, репозиционирование, ребрендинг, редевелопмент. Как ни странно, но самый затратный из „ре“ является, как правило, самым простым в осуществлении. Самый сложный процесс — ребрендинг в условиях постоянно работающего комплекса. Таких примеров в городе до проходящего в настоящий момент ребрендинга „Космополиса“ в „Экополис“ на моей памяти не было».

Игорь Кокорев в качестве другого примера реконцепции, не связанной с закрытием комплекса, называет развитие объектов компании «Адамант», например, комплекса «Балканский». В этом комплексе концепция постепенно менялась по мере ввода корпусов. Для обеспечения лучшего соединения отдельных корпусов в один объект проводилась реконструкция существовавших объектов.

Господин Борисов не согласен с коллегами из Colliers и Knight Frank и полагает, что индустрия торговых центров в России настолько молода (к первым в Петербурге он относит торговые комплексы «Сенная» и «Гранд Палас»), что прошедшие десять лет — еще недостаточный, по его мнению, срок для того, чтобы делать системные выводы по данному вопросу.

Акселерация для торговли

Валерий Трушин, руководитель отдела консалтинга East Real, напротив, уверен, что в Петербурге все устаревает гораздо быстрее обозначенных коллегами десяти лет. «На сформировавшихся рынках Западной Европы и США жизненный цикл торгового объекта составляет семь-десять лет, после чего комплекс морально устаревает и нуждается в обновлении. Петербургский же рынок до недавнего времени достаточно интенсивно развивался, и конкурентная среда изменялась практически каждый год, поэтому жизненный цикл проектов был значительно короче (три-пять лет) и, соответственно, сегодня многие объекты, построенные до 2006 года (более 1 млн кв. м), подходят к порогу необходимости проведения реконцепции», — говорит он.

Впрочем, иногда реконцепция происходит даже еще в процессе строительства. «Так, например, проект торгово-развлекательного центра компании „Русские самоцветы“ превратился во вторую очередь их же успешного проекта „Мебель-холл“. Это пример иллюстрирует одну особенность рынка торговых центров в России — за последние 18 лет рынок торговых центров стремительно развивался, что дополнительно ускоряло „старение концепций“ торговых объектов», — говорит господин Кокорев.

Есть различия

Окупаемость вложений в реконцепцию существенно различается, но, например, успешная замена низкодоходного «якоря» на высокодоходную успешную торговую галерею может окупиться и за год-два. Более существенные реконцепции потребуют и больших сроков возврата инвестиций.

«Затраты в реконцепцию существенно разнятся в зависимости от работ, которые проводятся по объекту: простая смена или корректировка состава арендаторов потребует расходов в первую очередь в виде агентской комиссии (базовая ставка — 8,33 процента от годовой арендной платы), переоформление интерьеров может обойтись в сотни долларов на метр, а стоимость глубокой реконцепции со сменой фасадов, внутренними перестройками и/или достройками здания, работой с инженерными системами и вертикальными коммуникациями может превысить и тысячу долларов на метр объекта. Также следует учитывать и потери арендного дохода на время проведения работ», — рассказал Игорь Кокорев.

Не всегда после реконцепции можно достигнуть желаемого результата. Например, вспоминает господин Кокорев, в Новосибирске ТЦ «Мозаика» редевелопировали в 2009 году, но уже в 2012-м объект закрыли на новый редевелопмент.

При реконцепции объекта надо смотреть на рыночные тенденции и конкуренцию проекта. Объект не только должен соответствовать актуальному уровню рынка, но и учитывать перспективы его развития на пять-десять лет.

По данным Валерия Трушина, стоимость разработки концепции торгового комплекса составляет от $30–50 тыс. до $100 тыс., стоимость проектирования — $7–10 на квадратный метр, стоимость строительных работ зависит от того, насколько глубокой будет реконцепция комплекса (изменение планировок, замена инженерии, вертикальных коммуникаций). В среднем затраты на строительные работы при реконцепции составляют $400–800 на квадратный метр.

Роман Русаков

Промышленность ждет нового подхода

— перспективы —

с17 Есть все основания предполагать, что объемы ввода промышленных площадей в Петербурге по итогам 2014-го останутся на уровне прошлого года», — комментирует президент компании STEP Дмитрий Кунис.

В 2013 году, по данным компании STEP, в Петербурге было построено и реконструировано около 320 тыс. кв. м производственных площадей. Среди них 183 тыс. кв. м (28 предприятий) — объекты нового строительства, еще 135,2 тыс. кв. м (девять предприятий) — объекты реконструкции. Лидерами ввода промышленных площадей за прошлый год стали Калининский (70,2 тыс. кв. м), Пушкинский (49,6 тыс.) и Колпинский (43,3 тыс.) районы. Ни одного предприятия не было построено и реконструировано в Адмиралтейском, Василеостровском, Кронштадтском и Петроградском районах Петербурга.

Лилия Соболева, руководитель отдела промышленной недвижимости и земельных участков компании «Петербургская недвижимость», говорит: «С начала года мы наблюдаем спад спроса и на аренду, и на покупку крупных промышленных площадок, однако небольшие помещения площадью 200–500 кв. м по-прежнему востребованы. Закономерно, что и цены в сложившейся ситуации стоят на месте: 400 рублей за квадратный метр в аренду и $900–1000 за „квадрат“ в собственность».

● *По итогам 2013 года, по официальным данным, индекс промышленного производства в Петербурге по сравнению с 2012 годом составил 98,8%. Отрицательное влияние на итоги работы промышленности оказало снижение объемов продукции в производстве машин и оборудования (–7,9%). Сократился выпуск отдельных видов электро-, электронного и оптического оборудования (–2,4%), а также пищевых продуктов, включая напитки и табак (–1,9%). Положительная динамика наблюдалась в таких секторах, как текстильное и швейное производство (+17,6%), изготовление резиновых и пластмассовых изделий (+8,6%), обработка древесины и производство изделий из дерева (+5,8%), металлургическое производство и производство готовых металлических изделий (+4,2%), производство транспортных средств и оборудования (+3,2%) и прочих неметаллических минеральных продуктов (+2,2%).*

Наибольший объем предложения в сегменте производственных помещений формируется за счет проектов формата built-to-suit и через продажу земельных участков на территории индустриальных парков, цена на которые непомерно высока. К сожалению, в большинстве своем девелоперы пока не готовы предложить рынку тот продукт, который необходим арендаторам, — готовые качественные производственные помещения площадью 1–3 тыс. кв. м», — сокрушается Михаил Тюнин, руководитель отдела индустриальной, складской недвижимости и земли Knight Frank St. Petersburg.

Общая площадь производственных помещений Петербурга на начало 2014 года, по данным Knight Frank St. Petersburg, составляет более 27 млн кв. м, или около 30% всего нежилого фонда города. Площадь качественной производственной недвижимости, готовой к эксплуатации, на данный момент составляет около 1,817 млн кв. м, однако почти вся она используется для собственных нужд.

Прошлогодний рекорд

«В 2013 году в Петербурге было сдано в аренду и продано более 210 тыс. кв. м производственно-складских площадей. Это рекордный показатель за последние несколько лет. Для сравнения: в 2012 году общий объем сделок составил около 112 тыс. кв. м. Дефицит свободных площадей на складском рынке привел к росту ставок аренды в середине 2013 года. Актуальные ставки аренды в объектах класса А, готовящихся к вводу в эксплуатацию, составляют $125–135 за квадратный метр в год (не включая НДС, эксплуатационные расходы и коммунальные платежи)», — рассказал Алексей Пятков, старший консультант департамента складской и индустриальной недвижимости Colliers International в Санкт-Петербурге.

Михаил Тюнин говорит, что спрос на производственную недвижимость остается стабильно высоким, что на фоне практически полного отсутствия готового к эксплуатации предложения в сегменте производственной недвижимости высокого класса приводит к переориентации арендаторов на помещения более низкого класса.

«На протяжении всего года уровень вакантных площадей в Петербурге оставался на рекордно низком уровне и составлял в среднем один-два процента. При этом спрос на складские помещения оставался крайне высоким, что еще более остро ощущалось на фоне дефицита качественных предложений в данном секторе. В связи с этим заполняемость некоторых складских комплексов, которые будут введены в ближайшее время в Петербурге, стремится к 100 процентам, поскольку в условиях низкого уровня вакансии площадей потенциальные арендаторы стараются заключать договоры еще на этапе строительства объекта. Несмотря на значительное увеличение нового складского спекулятивного предложения в 2014 году доля свободных площадей значительно не вырастет, так как большинство площадей в новых складских комплексах уже будут заняты к моменту ввода», — говорит Валерий Трушин.

Ключевой фактор

К ключевым событиям 2013 года господин Тюнин относит то, что инвестиционный совет при губернаторе Ленинградской области одобрил законопроект о мерах государственной поддержки индустриальных парков (ИП). Проект предусматривает предоставление налоговых льгот и льготную аренду организациям, осуществляющим деятельность по развитию ИП. Ставку по налогу на прибыль предполагается снизить до 13,5%, а ставку по налогу на имущество — до 0%. Льготы будут предоставляться сроком на четыре года, при этом в течение шести лет с момента присвоения статуса ИП организация сможет сама выбрать этот четырехлетний период для получения льгот. Также предполагается предоставление льготной ставки аренды на землю, на которой планируется создание ИП. Льгота по аренде будет разбита на три части в течение шести лет: в первые два года она составит 30% от полной суммы, в последующие два года — 60%, а на последнем этапе — 90%.

Вера Бойкова, руководитель отдела индустриальной недвижимости компании Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, говорит, что на рынке промышленного девелопмента сегодня основная проблема — отсутствие необходимых технических параметров. Поэтому наиболее популярны у арендаторов и покупателей так называемые объекты brownfield, которые впоследствии могут подвергнуться реконструкции. Как правило, данные площадки отвечают большинству требований промпредприятий: имеют достаточное количество киловатт, оборудованы различными подъемными механизмами, обладают хорошей локацией. «Яркий пример — завод „Звезда“. Некоторые цеха завода уже подверглись редевелопменту и сейчас сдаются в аренду», — говорит она.

Валерий Трушин считает, что сегодня многие современные складские и логистические комплексы пригодны для размещения промышленных предприятий. «Главным вопросом остается возможность выделения того количество электроэнергии, которое требуется подобным арендаторам, — отмечает он. — Что касается индустриальных парков, то опыт реализации таких проектов в Санкт-Петербурге и области говорит о том, что у большинства из них возникают проблемы с заполняемостью резидентами. Это обусловлено несколькими причинами, в частности, отсутствием инженерной подготовки участков, а также оторванным от реалий спроса мастерпланированием территорий парков. Так, сегодня наиболее востребованными являются площадки от 1 до 3 га, а девелоперы делают нарезку от 20 га. На данный момент в Петербурге и Ленинградской области полностью реализован лишь один из заявленных проектов — индустриальный парк независимых производителей автокомплектующих для завода Hyundai в промышленной зоне Каменка, создание которого инициировалось и поддерживалось городом».

Впрочем, к активно развивающимся в настоящее время проектам индустриальных парков можно отнести проект компании «ЮИТ Лентек» Greenstate (112,4 га) в «Горелово», индустриальный парк «Марьино». Среди заявленных проектов можно выделить проект компании «Старт Девелопмент» — «Дони Верево» (пос. Верево, 183 га), проект в «Уткиной Заводи» (60 га) компании «Уткина Заводь Девелопмент».

«Для реализации индустриального парка в первую очередь важна поддержка местных властей, в том числе и с точки зрения инвестиций и дополнительных льгот. Подобное партнерство девелоперов и государства поможет привлечь иностранных производителей и даст дополнительный толчок к развитию промышленности в регионах. Также развитие данного сегмента во многом зависит от стоимости подключения к внешним сетям и цены земельного участка», — уверен господин Трушин.

Олег Привалов

Тематические страницы отпечатаны в типографии ООО «ПД-ПРИНТ» 196644, Санкт-Петербург, Колпинский р-н, пос. Саперный, территория предприятия «Балтика», д. 6/н, лит. Ф. Заказ №10513