РБК+

Генеральный партнер
SEZAR GROUP
Партнер
ЛИДЕР ИНВЕСТ
18+
РЕКЛАМА

РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ

Тематическое приложение к ежедневной деловой газете РБК
Четверг, 24 ноября 2016 | №218 (2474)

ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ: ПРИВЕТСТВУЮТСЯ ЛЮБЫЕ АРЕНДАТОРЫ | **АПАРТАМЕНТЫ:** РЫНОК ЖИЛЬЯ ПРИРАСТАЕТ ПЕРЕДЕЛАННЫМИ ОФИСАМИ | **ГОСТИНИЦЫ:** РЕКОРДЫ НА СЛАБОМ РУБЛЕ | **НОВОСТРОЙКИ:** СПРОС СОСРЕДОТОЧЕН В СТАРЫХ ГРАНИЦАХ МОСКВЫ

ФОТО: РИА НОВОСТИ

СКАЛОДРОМЫ ВМЕСТО МАГАЗИНОВ

ПАДЕНИЕ ЗАПОЛНЯЕМОСТИ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ ПРИВОДИТ К СЕРЬЕЗНЫМ ИЗМЕНЕНИЯМ СТРУКТУРЫ АРЕНДАТОРОВ. МЕСТО КЛАССИЧЕСКИХ FASHION-ОПЕРАТОРОВ ЗАНИМАЮТ СТОКОВЫЕ СЕТИ. МОДИФИЦИРУЕТСЯ ЗОНА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ, РЕЗКО РАСТЕТ ЗОНА РАЗВЛЕЧЕНИЙ, ПРЕВРАЩАЯ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ В ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ И ДАЖЕ ХОББИ-ЦЕНТРЫ. **НАТАЛИЯ ПАВЛОВА-КАТКОВА**

ОДЕЖДУ В ДОЛГИЙ ЯЩИК

Доля простаивающих арендопригодных площадей в столичных торговых центрах за последние два года увеличилась, по разным оценкам, в два-три раза. В процентом выражении произошедшее выглядит еще более удручающим: в отдельных объектах пустует до половины пространства и более. Причем для новых торговых центров такие показатели превратились чуть ли не в норму. Как полагают в компании CBRE, сегодня крупным проектам достаточно иметь 56% от числа магазинов, которые планируется разместить в торговом центре, чтобы покупатели испытывали психологический комфорт и возвращались в торговый центр снова и снова.

В старых торговых комплексах количество вакантных площадей растет. При этом отток арендаторов разных сегментов неодинаков. По словам генерального директора компании RRG Дениса Колокольникова, все товары и услуги можно разделить на три группы. Первая — максимально защищенная в любой экономической ситуации. В нее входят продукты питания, коммунальные и медицинские услуги, а также затраты на транспорт. Именно на эти категории товаров и услуг цены растут быстрее всего, а поскольку доходы россиян не увеличиваются, тратить на основные нужды приходится все больше. Скажем, если в 2013-м — начале 2014 года москвичи расходовали на продукты питания 31–32% своего бюджета, то теперь этот показатель составляет 38%. Как результат, в 2016 году многие продуктовые ретейлеры открыли в России рекордное количество новых магазинов за всю историю своего существования.

Поскольку одни статьи расходов возросли, другие автоматически сократились. Произошло это за счет двух следующих групп. Вторая группа — это отчасти защищенная категория потребления, в которую входят детские товары, недорогие развлечения типа кинотеатров, а также общепит, которым по-прежнему пользуются весьма активно. Парадоксально, но в эту группу попадает и косметика: представительницы прекрасного пола не готовы снижать на нее расходы. И, наконец, третья группа — самая незащищенная. Это, например, fashion (одежда и обувь) и спортивные товары. Сюда же относится бытовая техника, на которую помимо кризиса повлиял и массовый отток покупателей в интернет-магазины. Именно в этой группе в кризис товарооборот и доходы падают максимально, и это серьезная проблема для торговых центров.

ДОХОДЫ СО ВТОРОГО ЭТАЖА

Все среднестатистические торговые центры устроены примерно одинаково. На первом этаже размещаются якорные арендаторы, ключевые бренды и прикассовые галереи. На последнем — кинотеатр, операторы развлечений и фуд-корт. А между ними — арендаторы, торгующие одеждой и обувью. При этом арендные ставки для якорных арендаторов

Окончание на с. 2 →

Начало на с. 1

всегда были невысокими — им отводилась трафикообразующая роль. То же касается и последнего этажа, задача которого — удерживать посетителей внутри торгового центра. Основные доходы торговый центр получал со второго этажа (большинство ТЦ — трехэтажные), на который сейчас приходится основная доля пустующих площадей.

По данным директора отдела торговых помещений в Москве компании CBRE Марины Малахатько, до кризиса, то есть в 2013 году, помещения площадью 150 кв. м для размещения магазинов одежды и обуви в топ-30 столичных торговых центров сдавались в среднем по 74,5 тыс. руб. за квадратный метр в год. Это позволяло собственникам уверенно держаться на плаву. В последние годы владельцы многих торговых центров были вынуждены радикально пересмотреть политику платежей. Чтобы удержать арендаторов, они предложили операторам fashion-профиля платить за аренду небольшую фиксированную ставку, а также процент с оборота.

По информации RRG, во многих случаях арендные ставки на торговые галереи приблизились к ставкам якорных арендаторов. В результате экономическое положение торговых центров заметно ухудшилось. Так, финансовые показатели тех объектов, что открылись в последние два-три года, оказались ниже плановых на 30–40%, что не только существенно удлиняет срок их окупаемости, но подчас не позволяет даже погашать взятые на строительство кредиты. Чтобы выживать, приходится придумывать нестандартные ходы.

ЗОНА МОДНОЙ ПОСАДКИ

Универсальных рецептов, позволяющих исправить ситуацию во всех торговых центрах сразу, не существует. Однако общие тренды в изменении структуры арендаторов прослеживаются довольно четко. Главный из них связан с попыткой заполнить второй этаж, поменяв fashion-операторов на арендаторов того же профиля, как бы парадоксально это ни звучало. Так, по данным Colliers International, среди всех новых арендаторов, появившихся за последний год в успешных торговых центрах, открывшихся ранее 2016 года, 59% пришлось именно на fashion-магазины. Логика в том, что полностью покупать одежду и обувь люди не перестали, но теперь они предъявляют к товарам иные требования: приемлемые цены при достойном качестве. Классические магазины выполнить эти требования, как правило, не могут (из-за роста стоимости производства и закупки). Не помогают даже распродажи, которые вместо традиционных двух-трех месяцев теперь длятся по полгода. Поэтому им на смену приходят иные арендаторы, например стоковая сеть «Фамилия», которую ранее в крупные торговые центры пускали не часто. Но именно она имеет возможность дешево закупать модные вещи, а из-за высокого товарооборота сдерживать розничные цены.

Есть и альтернативные способы заполнить торговую галерею. Одно из таких решений разработала компания JLL, придумавшая формат UniMarket (уникальный подход плюс универсальное решение). Основные участники формата — молодые дизайнеры и мелкие производители. Под маркет выделяется единое пространство, где каждый из арендаторов получает собственную зону (от 3 до 150 кв. м) на небольшой срок — обычно до трех месяцев. Молодым дизайнерам это выгодно: ранее из-за высоких арендных ставок и больших площадей под аренду у них не было возможности представлять свои коллекции в торговых центрах. Покупателей в такие зоны притягивают лояльные цены, необычный ассортимент, заметно отличающийся от однообразных товаров сетевых магазинов, а также быстрая ротация арендаторов. Торговый центр в зависимости от успешности участников маркета получает от 5 до 40% процентов с товарооборота.

«Такой проект под названием «ЛугLook» успешно функционирует в ТЦ «Монпансье» в Санкт-Петербурге, пользуется стабильным спросом потребителей, и наполнение в нем меняется регулярно, — рассказывает Наталья Якименко, региональный директор департамента управления недвижимостью и эксплуатации компании JLL. — Аналогичный проект «Аквариум» в ТЦ «Водный» в Москве был временным решением: его основной задачей было привлечение новой целевой аудитории, усиление посещаемости второго этажа и стимуляция продаж соседних арендаторов, и теперь заменен постоянным арендатором — площади были сданы в аренду».

ФЕРМЕРСТВО НА ЗАВТРА

Существенные изменения происходят в структуре и составе арендаторов, специализирующихся на товарах и услугах второй группы, в которой потребление в кризис уменьшается не очень сильно. Так, во многих торговых центрах заметно расширяется и модифицируется зона общественного питания, уже не ограничиваясь одним фастфудом. «Ключевым примером может служить сеть ТРЦ «Мега», которая на протяжении последних нескольких лет проводит реконцепцию своих фуд-кортов, а также пула арендаторов ресторанов, в том числе за счет привлечения в проект новых брендов, среди которых и заведения авторских концепций, — рассказывает партнер компании Colliers International Анна Никандрова. — Например, в московских объектах ими стали Obed Bufet, Cook'kareku, Zotman, Correa's, Plovberry, Refresh, кафе фермерского кооператива LavkaLavka и другие. По нашим оценкам, именно сегмент общественного питания в настоящее время является одним из наиболее активно развивающихся в ретейле и востребованных у потребителей».

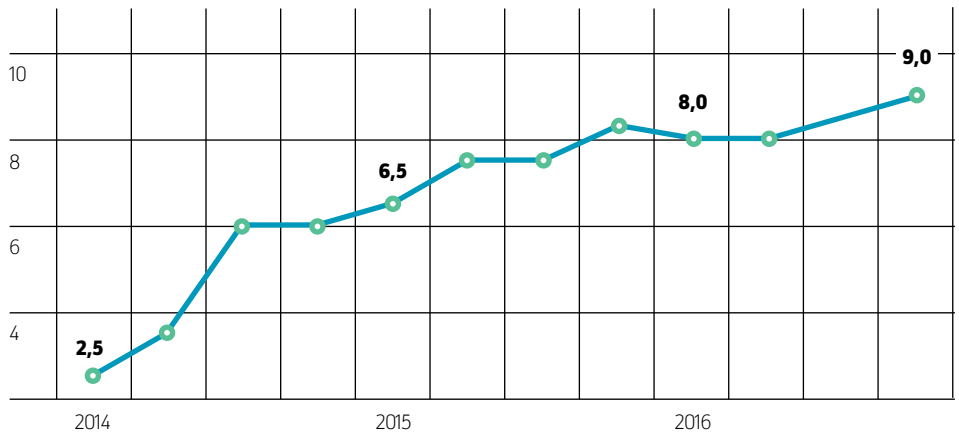
Значительно увеличивается и зона развлечений, превращая почти все торговые центры в торгово-развлекательные или даже хобби-центры, наполненные скалодромами, панда-парками, контактными зоопарками и прочими интересностями. «Особой популярностью пользуются детские развлекательно-образовательные зоны: Kidzania в ТРЦ «Авиапарк», город профессий «Кидбург» в ТРЦ «Ривьера», «ЦДМ на Лубянке» и других, — говорит руководитель департамента коммерческой недвижимости компании Welhome Алексей Гарстуков. — А в качестве мини-якорного или якорного арендатора все чаще зовут супермаркеты товаров для хобби вроде «Леонардо». Например, такой скоро откроется в ТРЦ «Райкин Плаза».

Но есть и более креативные варианты. Скажем, театральная студия «Гоголь-центр» в ТРЦ «Мозаика», мобильный филиал Библиотеки имени Некрасова в ТРЦ «Океания», мультимедийная выставка Artplay Media и кулинарная студия Юлии Высоцкой в ТРЦ «Авиапарк», выставочное пространство «Art Коробка» в ТРЦ «Ривьера» и другие. Объединяет эти новинки то, что большой отдачи по арендной плате от них ждать не приходится, они работают на трафик и удержание посетителей.

Преобразования, происходящие в торговых центрах, почти не коснулись категории продуктов питания. Поскольку на них люди стали тратить больше, вполне логично было ожидать расширения ассортимента товаров этой категории и появления новых торговых сетей. Однако этого не произошло. Как исключение можно привести ГК «Ташир». «В качестве антикризисной меры они создали свой собственный универмаг Take Away специально для ТЦ «Рио» на Киевском шоссе, — рассказывает Марина Малахатько из CBRE. — Но теперь планируют открыть еще два универмага в других своих успешных проектах: «Рио» на Ленинском и в Avenue South-West на «Юго-Западной», поскольку для компании универмаг стал полноценным бизнес-направлением».

В некоторых торговых центрах появился такой формат, как фермерские рынки, однако пока он мало распространен. «Причина в том, что в этом сегменте отсутствуют мощные сетевые операторы, — поясняет Денис Колокольников из RRG. — С одной стороны, в этом нет ничего плохого: сетевые операторы такому формату не очень нужны. С другой — далеко не каждый торговый центр готов пустить к себе арендаторов с обычного колхозного рынка, хотя именно на таких рынках и формируются наиболее правильный ассортимент и качество. Безусловно, в торговых центрах начинают появляться такие операторы, как LavkaLavka, — с собственной униформой, тележками, доставкой. Но пока их очень мало, эта тенденция лишь формируется».

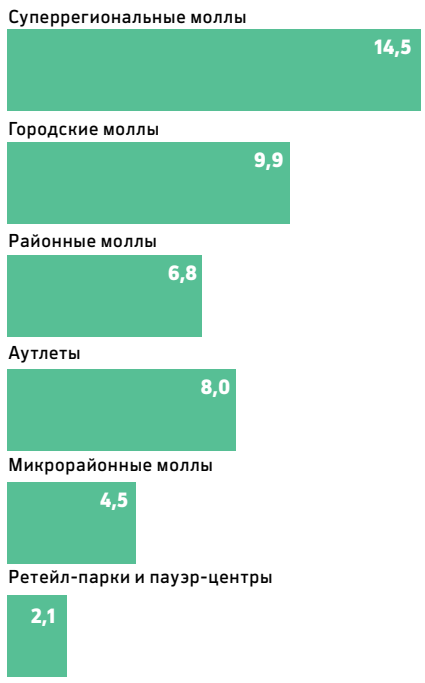
ДИНАМИКА СВОБОДНЫХ ПЛОЩАДЕЙ В МОСКОВСКИХ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ*
%



** Среднеквартальный показатель*

Источник: JLL

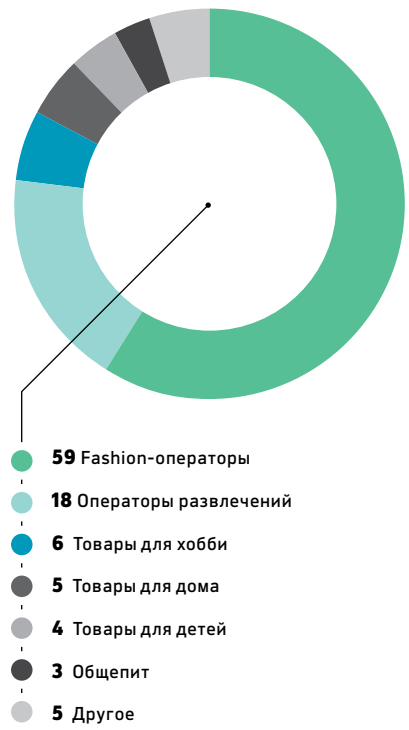
ЗАВИСИМОСТЬ ДОЛИ СВОБОДНЫХ ПЛОЩАДЕЙ ОТ ТИПА ТЦ*
%



** Для ТЦ, расположенных в Москве и в пределах 5 км от МКАД. Данные по итогам третьего квартала 2016 г.*

Источник: CBRE

СОСТАВ НОВЫХ АРЕНДАТОРОВ, ПОЯВИВШИХСЯ ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД В ЗНАКОВЫХ ТЦ, ОТКРЫТЫХ ДО 2016 Г.
%



Источник: Colliers International

«РЫНОК НАКОНЕЦ ПРИШЕЛ К ОСОЗНАНИЮ РАЗНИЦЫ МЕЖДУ ДЕВЕЛОПМЕНТОМ И ЗАСТРОЙКОЙ»

О ТОМ, ЧТО ТАКОЕ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ И КАК РАБОТАТЬ В СЛОЖИВШИХСЯ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ НЕПРОСТЫХ УСЛОВИЯХ, РБК+ РАССКАЗАЛ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ SEZAR GROUP **ОЛЬГА БАРАБАНОВА**

ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА

— Что сегодня сильнее всего влияет на экономику девелопера? Можно ли работать прибыльно в данных экономических условиях?

— Эффективность любой коммерческой компании, и девелоперской в том числе, определяет «сила бизнес-идеи»: если она есть, компания стабильно работает вне зависимости от экономических условий. Природой человека заложено стремление жить лучше, наш стиль жизни постоянно меняется. Сейчас мы меньше работаем руками, становимся более мобильными, работаем в дороге и дома, путешествуем в другие страны, изменилось наше отношение к покупке вещей — все это и многое другое отражается на наших требованиях к жилью. При этом качество жилого фонда сегодня далеко от идеала. То есть простор для деятельности девелопера колоссальный, и сомнений в том, что этот бизнес отвечает потребностям общества, нет. Вопрос лишь в том, чтобы продукт соответствовал ожиданиям людей. Сегодня, когда объем предложения растет, точное попадание в этот запрос определяет все: стоимость квадратного метра, темпы продаж, исполнение финансовой модели, прибыльность.

— Вам это удается? За счет чего?

— Мы часто говорим, что создаем жилой комплекс под диктовку нашего покупателя: бизнес-процессы настроены на максимальный сбор обратной связи от каждого, с кем общаются наши менеджеры. А благодаря тому, что в структуре холдинга есть в том числе свое архитектурное бюро, мы имеем возможность оперативно управлять проектными решениями, внедряя изменения практически в режиме онлайн и дорабатывая их по индивидуальным пожеланиям клиентов. То есть мы идем от обратного: покупатель руководит архитектором, а не архитектор диктует ему, как следует жить. Например, в ЖК «Рассказово» мы в тестовом режиме предложили восьмиметровые лоджии-кабинеты, оценили спрос — решение воспринято покупателями на ура, и уже во второй очереди существенный объем квартир «снабдили» различными вариациями лоджий-кабинетов по площади и конфигурации. Такой подход дает свои результаты: из 1636 квартир в нашем первом жилом проекте ЖК «Николин парк» к моменту сдачи комплекса было реализовано 97% квартир. В ЖК «Рассказово», первая очередь которого (2163 квартиры) сдается в этом году, — 98%. При этом продажи велись в соответствии с нашей финансовой моделью, предусматривающей рост стоимости квадратного метра по мере готовности комплекса при объективном ценообразовании без скидок.

— До последнего времени Sezar Group работала в Новой Москве, а сейчас выходит почти в центр города, в сегмент бизнес-класса с жилым комплексом «Династия». Это пробный шаг или смена позиции?

— Сейчас в границах Старой Москвы мы видим нишу, где компетенции компании будут реализованы наилучшим образом. У нас нет жестких рамок «теперь мы работаем в сегменте бизнес-класса», но есть четкое понимание стратегической линии: создавать такие дома, которые и через много лет будут актуальны, востребованны, где приятно и престижно жить. И так во всех сегментах, где работает компания. Мы хотим, чтобы через 10–20 лет человек, купивший квартиру в нашем доме, сказал: я живу в «Династии», — и все бы понимали, где находится его дом и что он собой представляет. И поэтому мы подходим к созданию жилых комплексов, ориентируясь не на сиюминутные тренды моды или кризиса, а на ценности, актуальные во все времена.

— Привлечение покупателя сегодня очень непростое дело. Что, с вашей точки зрения, имеет сегодня значение при выборе проекта — фасады, входные группы, инфраструктура, дворы?

— Совокупность всех перечисленных вами факторов, то есть концепция жилого комплекса. В первую очередь покупатель оценивает ее по архитектурному решению фасадов и входных групп. Народная мудрость гласит: «Встречают по одежке». «Примеряя» концепцию жилого комплекса к своей жизни, покупатель сразу интуитивно определяет, насколько соответствует такая картина его жизненным ценностям. И только потом он смотрит квартиры, планировочные решения, интересуется ценой. Двор, фасады, входные группы расширяют в сознании покупателя границы его дома. Идеальное попадание, когда знакомое каждому ощущение «все хорошо, я дома» наступает не за порогом квартиры, а уже при входе на территорию. Что касается социальной и коммерческой инфраструктуры, то она важна, если в локации объекта есть дефицит, как, например, в нашем жилом комплексе «Рассказово»: здесь мы действительно создаем среду под ключ. В жилом комплексе «Династия», который примыкает к центру города, такой задачи нет: все рядом, и наша задача сводится к органичной интеграции в полотно существующей инфраструктуры и его дополнению.

— Влияют ли на экономику планировки?

— Конечно. Создание планировочных решений — это «высокое искусство». Все люди разные: кто-то жаворонок, кто-то сова; для семьи с маленьким ребенком принципиально важно, чтобы спальня была рядом с детской, а кто-то, наоборот, хочет уединиться; есть те, кто приветствует панорамное остекление, но многие принципиально против низкого подоконника и не воспринимают формат стеклянной лоджии. Если на каждый из потенциальных запросов девелопер может предложить решение в рамках одного проекта — это сильное конкурентное преимущество. И именно поэтому в каждом нашем проекте вариантов планировочных решений сотни, а отсутствие несущих пилонов внутри квартир (они максимально спрятаны во внешних стенах, санузлах и коридорах) позволяет дополнительно к этому создавать индивидуальные решения. Вариативность предложений, по сути, расширяет диапазон целевой аудитории и обеспечивает возможность управлять ценообразованием, то есть оказывает прямое влияние на экономику девелопера.

— Сегодня продолжает оставаться актуальным вопрос импортозамещения. Есть ли экономический смысл переходить на продукцию российских производителей?

— Мы пошли по другому пути, оптимизировав стоимость строительства не за счет удешевления материалов, а за счет серьезной реорганизации внутренних структур и развития собственных производственных компетенций. Сегодня в структуру Sezar Group входят проектное бюро, генподрядные организации, собственные производственные линии: по выпуску профилей оконных конструкций, арматуры и бетона. Это позволяет нам не зависеть от поставок сторонних подрядчиков, оптимизировать расходы, эффективно управлять качеством, так как качество — наш безусловный приоритет. Но главный плюс — сокращение административных издержек. Когда у компании единый центр управления, все решения принимаются быстро, а ресурсы перераспределяются в соответствии с актуальными потребностями. При этом от импортных материалов, качество которых обеспечивает внешний вид и эксплуатационные характеристики объекта, мы не отказались, даже несмотря на удорожание. В числе последних, например, керамогранит, импортные лифты и другие.

— Какую перспективу вы видите для рынка?

— После многолетней гонки за объемами и цели «просто насытить спрос» рынок наконец пришел к осознанию разницы между девелопментом и застройкой. Наверное, впервые в истории сложилась ситуация столь стремительного роста объема предложения и очевидно, что она продолжится. Сейчас начинаются правильные процессы: рынок уходит от мерила «квадратными метрами» и начинает говорить о концептуальности, продуманности, о необходимости знать и понимать своего покупателя, о значении клиентского сервиса, сопровождении интересов покупателя не до подписания договора, а на всех этапах жизненного цикла. Я думаю, что следующие два года рынок будет искать новую точку равновесия. Девелоперы будут заняты сегментацией, переосмыслением своей миссии и ниши, построением брендинга на платформе уже не только потребностей, но и ценностей своей целевой аудитории.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ СТРАНИЦЫ **РБК+**
РАСПРОСТРАНЯЮТСЯ ТОЛЬКО СОВМЕСТНО С ГАЗЕТОЙ РБК

ПРОДУКТ КРИЗИСНОГО ПЕРИОДА

ОФИСНЫЙ РЫНОК НАИБОЛЕЕ БОЛЕЗНЕННО РЕАГИРУЕТ НА СНИЖЕНИЕ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПАДАХ. В КРИЗИСНЫЕ ПЕРИОДЫ БИЗНЕС-ЦЕНТРЫ В ЧИСЛЕ ПЕРВЫХ ВСТАЮТ В ОЧЕРЕДЬ НА РЕКОНЦЕПЦИЮ. ЧАЩЕ ВСЕГО В КАЧЕСТВЕ АЛЬТЕРНАТИВЫ ОФИСАМ ДЕВЕЛОПЕРЫ ВЫБИРАЮТ АПАРТАМЕНТЫ. **ВЛАДИМИР МИРОНОВ**

ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА

Апартаменты представляются застройщикам оптимальным антикризисным продуктом, который по цене доступнее, чем квартиры, но не менее востребован потребителем. Далеко не на всех участках, где раньше было предусмотрено возведение бизнес-центра, можно построить жилой дом, даже если участок имеет прекрасную локацию в центре города. Кроме того, жилье в отличие от апартаментов, согласно градостроительным нормам, придется дополнительно обеспечивать социальной и коммунальной инфраструктурами, большим количеством машино-мест, соблюдать жесткие регламенты по инсоляции и прочие требования. Апартаменты всех этих минусов для девелопера лишены.

Пробы пера

Впервые в массовом порядке трюк с превращением кабинетов в апартаменты российские девелоперы начали практиковать во время кризиса конца 2000-х годов. К примеру, компания KR Properties применила подобный прием сразу в трех своих проектах: «Даниловская мануфактура 1867», Manhattan House и «Николаевский дом». Изначально они планировались исключительно как деловые центры, но с учетом новой ситуации в их составе появились апартаменты.

Девелоперская компания MR Group также изменила концепцию трех многофункциональных комплексов — «Водный», «Фили Град» и «Савеловский Сити», сократив в них офисную составляющую и увеличив долю апартаментов. «Реконцепция была связана с началом затоваривания на рынке офисных площадей и падением спроса, при этом сегмент жилой недвижимости комфорт-класса в Москве демонстрировал стабильность», — вспоминает директор по маркетингу MR Group Евгения Старкова. Напомним, что де-юре апартаменты относятся к коммерческой недвижимости, однако де-факто они на российском рынке недвижимости чаще всего позиционируются и используются как помещения для постоянного проживания. «Благодаря диверсификации предложения в рамках проекта (жилье-офисы-торговля) мы избавились от локального затоваривания и поддержали спрос на площади. Кроме того, за счет концепции «живу-работаю-отдыхаю» был создан синергетический эффект», — продолжает Евгения Старкова. Сейчас, по ее словам, в МФК «Водный», «Фили Град», «Савеловский Сити», которые еще продолжают строиться, реализовано, соответственно, 75, 80 и 45% апартаментов.

Следующим катализатором реконцепции «из кабинетов в апартаменты» стал запрет на строительство новых бизнес-центров внутри Третьего транспортного кольца, который в 2013 году ввели столичные власти. «Тогда многие застройщики, которые планировали возводить на своих площадках офисы, стали искать альтернативные возможности», — напоминает управляющий партнер Savills в России Дмитрий Халин.

> ВПЕРВЫЕ В МАССОВОМ ПОРЯДКЕ ТРЮК С ПРЕВРАЩЕНИЕМ КАБИНЕТОВ В АПАРТАМЕНТЫ РОССИЙСКИЕ ДЕВЕЛОПЕРЫ НАЧАЛИ ПРАКТИКОВАТЬ ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА КОНЦА 2000-Х ГОДОВ. ПРОЕКТЫ, КОТОРЫЕ ИЗНАЧАЛЬНО ПЛАНИРОВАЛИСЬ КАК ДЕЛОВЫЕ ЦЕНТРЫ, С УЧЕТОМ СПАДА СПРОСА НА ОФИСЫ ПРИРОСЛИ ЖИЛЫМИ ПОМЕЩЕНИЯМИ

ТРАНСФОРМЕРЫ НАШЕГО ВРЕМЕНИ

Кризис, который начался в 2014 году и сопровождался антироссийскими санкциями, нанес офисному рынку еще один болезненный удар, заставивший владельцев объектов существенно снизить арендные ставки и почти полностью перейти на рублевые взаиморасчеты с арендаторами. Так, в 2014 году ставки аренды московских офисов класса А, по данным компании JLL, предоставляющей финансовые и комплексные профессиональные услуги в области недвижимости, упали до $450–650 за квадратный метр (на 22% по отношению к показателям 2013-го). Уровень вакантных площадей вырос до 28,4% (в 2013-м —18,2%). Из-за антироссийских санкций из нашей страны ушли некоторые зарубежные компании, которые обеспечивали значительную долю спроса на высококлассные офисы.

С декабря 2014 года по февраль 2015-го власти Москвы, по данным руководителя Москомстройинвеста Константина Тимофеева, пересмотрели согласование около полусотни проектов, где вместо бизнес-центров инвесторы захотели построить объекты другого профиля. В список тогда, в частности, вошли проекты «Рапид» на Гродненской улице (30,4 тыс. кв. м), «Мебельная фабрика №1» на Новослободской, 24 (21 тыс. кв. м), «Стрелецкая слобода» в Большом Николоворобинском переулке (35 тыс. кв. м).

Директор департамента консалтинга, аналитики и исследований компании Blackwood Александр Шибаев в качестве примера приводит целый список проектов, где текущий кризис подтолкнул владельцев офисных проектов к решению переформатировать их в апартаменты: Only, «Кленовый дом» (корпус с апартаментами), «Пресня Сити», Neva Towers (апартаментная часть в офисной башне), «Резиденция Тверская», «Апартаменты на Рязанке», «Большевик», Afi Residence, Atlantic Apartments, Малая Ордынка, 19.

Сейчас перспективу сокращения доли офисов в пользу апартаментов в своих комплексах, по информации эксперта, рассматривают такие девелоперы, как «Ташир» (МФК на Аминьевском шоссе), Sezar Group (апарт-комплекс на Масловке), O1 Properties (Greendale, «Кутузов», «Авион»), компания Sminex (Jazz), «Флэти-Ко» (МФК на Нахимовском), «Сбербанк Капитал» («Царев Сад»).

ОНИ ТОГО СТОЯТ

Преимущества апартаментов перед офисами очевидны. «Лоты апартаментов легче продать, что позволяет девелоперу обслуживать свои обязательства перед банком в рамках выданного проектного финансирования. Апартаменты — это более быстрые деньги и устойчивый спрос. Их стоимость на 20–30% выше по сравнению с офисами», — отмечает Александр Шибаев. Апартаменты лучше продаются и сдаются в аренду на начальных этапах строительства. Для наиболее качественных и удачно расположенных проектов, где есть высокий спрос, застройщику может даже не понадобиться привлечение значительных кредитных средств. Из апарт-проекта собственнику всегда легче выйти с прибылью, продав его полностью или частями.

Справедливость этих тезисов сейчас во многом подтверждается конкретными примерами. Один из них — проект культурно-делового комплекса «Большевик» (реновация территории бывшей одноименной кондитерской

фабрики). Здесь девелопер, компания O1 Properties, принял решение отдать три корпуса под апартаменты вместо запланированных изначально офисов. «Всего за один месяц после запуска продаж было реализовано около 10% апартаментов, что дает нам основания верить в коммерческий успех проекта», — рассказал РБК+ генеральный директор девелоперской компании Александр Островский. Решение о включении в состав комплекса апартаментов, по его словам, было принято после ввода в эксплуатацию первой — исключительно деловой — фазы проекта. «Мы увидели, что, с одной стороны, продолжается стагнация на рынке офисов и вывод новых проектов, особенно класса А, затруднен. С другой стороны, на примере уже реализованных на «Большевике» деловых и рекреационных пространств мы наблюдали повышенный спрос на лофты. После чего пришли к выводу, что необходимо увеличить долю апартаментов», — добавил Александр Островский.

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА

Обычно реконцепция из офисов в апартаменты происходит на ранних этапах реализации проекта. Хотя, как говорят риелторы, на рынке есть случаи, когда решение о перепрофилировании происходило на более поздних стадиях. При этом конкретных примеров они не называют, очевидно, опасаясь навредить репутации проектов, поскольку изменение функционального назначения здания уже после выхода на стройплощадку сопряжено с рисками снижения качества проекта, конструктивных и технических ограничений.

К примеру, проблемы могут возникнуть с такой банальной вещью, как туалеты. «Если для бизнес-центра иногда достаточно пары санузлов на весь этаж, то для апартаментов ванные и туалетные комнаты должны быть предусмотрены в каждом отдельном помещении», — объясняет руководитель отдела коммерческой недвижимости инвестиционно-риелторской компании Est-a-Tet Елена Мишина. Также сложности могут возникнуть из-за сплошных стеклянных фасадов без открывающихся окон (что часто предусматривается проектной документацией для офисных центров), из-за недостаточной инсоляции, отсутствия лоджий и балконов, необходимости создания дополнительных инженерных шахт и пр.

Еще одна распространенная проблема — большие площади этажей. «Зачастую в тех комплексах, где офисы переделаны в апартаменты, площадь этажа составляет не менее 1 тыс. кв. м. То есть на этаже могут располагаться десять апартаментов и даже больше. В высокобюджетных проектах этот фактор является критичным», — говорит Дмитрий Халин.

Запоздалое решение о реконцепции приводит к потерям и для самих девелоперов. По мере повышения готовности площадки затраты на изменение концепции растут. «Кого-то из застройщиков ждет новое согласование всей разрешительной документации, кого-то — более трудоемкий процесс, связанный с изменением технических и качественных характеристик проекта, проведением дополнительных коммуникаций, увеличением ресурсных мощностей, переделкой вентиляции и т.д.», — замечает Елена Мишина. Но при этом, по ее словам, иногда даже очень высокие затраты на перевод могут быть оправданны. «Хотя они и уменьшают прибыль застройщика, но повышают шансы реализовать проект, а не оставлять мертвым грузом на балансе нераспроданные вакантные площади», — продолжает риелтор.

Александр Островский отмечает, что у офисных помещений есть свои плюсы, которые нужно грамотно использовать при реконцепции. По его словам, офисный центр с точки зрения инженерии более сложный проект, требующий установки специальных систем вентиляции, теплообмена, IT-обеспечения и т.д. К офисам предъявляются более высокие требования с точки зрения безопасности, потому что в сопоставимых по площади помещениях находится большее количество людей и организовать, например, систему пожарной эвакуации сложнее, чем в жилом объекте. «Преимущества офисных зданий особенно очевидны, если их проектирование проводилось учетом международных стандартов экологической эффективности (BREEAM, LEED и др.). Планировочные решения в таких зданиях предполагают, например, максимальную утилизацию солнечного света за счет высоты потолков и величины окон, что является дополнительным преимуществом помещения вне зависимости от его функции», — говорит Александр Островский.

Впрочем, некоторые участники рынка вообще негативно относятся к экстренному переформатированию из офисов в апартаменты. «Мы такие вещи не практикуем и не планируем, потому что это ущемляет интересы владельцев будущих апартаментов. Помимо функциональной и технической специфики самих помещений есть еще очень важный момент, который касается случаев, когда девелоперы смешивают офисы и апартаменты в одном здании. Это создает массу неудобств для людей, которые там живут и не хотят постоянно находиться в окружении офисных клерков», — высказала свое мнение генеральный директор девелоперской компании Capital Group Валентина Становова. В качестве примера она привела комплекс небоскребов «Око» в «Москва-Сити», где одна башня изначально проектировалась полностью под апартаменты, а вторая — как офисная и жильцы никак не пересекаются с сотрудниками, работающими в БЦ.

По словам Дмитрия Халина, переформатирование офисов в апартаменты не будет носить перманентный характер. Он считает, что вопрос о реконцепции офисов в жилье в Москве будет полностью исчерпан через два-три года, когда на офисном рынке установится баланс спроса и предложения. «К тому же специалисты в Москомархитектуре сейчас стараются выявлять случаи «подражания» жилью и вносят коррективы в проекты, чтобы застройщики не строили апартаменты на продажу под видом чисто офисных зданий», — замечает Дмитрий Халин.

НОВОСТРОЙКИ: НА ПИКЕ ПОПУЛЯРНОСТИ

НИЗКИЕ КАК НИКОГДА ЦЕНЫ НА КВАРТИРЫ В СТРОЯЩИХСЯ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСАХ В СТАРЫХ ГРАНИЦАХ МОСКВЫ ПРИВЕЛИ К ТОМУ, ЧТО ПЕРВИЧНЫЙ РЫНОК СТОЛИЦЫ ПЕРЕТЯНУЛ НА СЕБЯ ВЕСЬ СПРОС. ВПРОЧЕМ, УЖЕ В СЛЕДУЮЩЕМ ГОДУ СИТУАЦИЯ МОЖЕТ ИЗМЕНИТЬСЯ. **ТАТЬЯНА РЮТИНА**

ФОТО: REUTERS

Последние два года серьезно поменяли расстановку сил на первичном рынке столицы: девелоперы массово заявляли новые проекты, цена «квадрата» падала, количество ипотечных программ росло. Стоимость «входного билета» неуклонно снижалась и даже достигла невиданного для Москвы минимума 3 млн руб. При этом мнения экспертов о том, на каком этапе сейчас находится рынок новостроек — восстановления или рецессии, разнятся. Например, по данным компании «Метриум Групп», в июне 2015 года средняя стоимость квадратного метра достигла пика в 160 740 руб., после чего начала неуклонно снижаться. Эта рецессия продолжалась почти год, до мая 2016-го, когда стоимость массового жилья в Москве достигла дна (141 200 руб.).

«Начиная с июня мы начали фиксировать восстановление цены, которое в относительном выражении достигло 5,4% за пять месяцев. Более того, октябрьская цена за «квадрат» соответствует уровню последнего предкризисного месяца — декабря 2014 года (147 250 руб.). Таким образом, цены на рынке массовых новостроек Москвы вернулись на докризисный уровень, и сейчас уместнее говорить о нормализации ситуации на первичном рынке, а не о падении цен», — утверждает Мария Литинецкая, управляющий партнер «Метриум Групп».

В свою очередь, аналитики компании «Миэль-Новостройки» отмечают, что за последний год средняя цена «квадрата» в старых границах Москвы снизилась на 10,4%, до 193 тыс. руб. за квадратный метр. В сегменте эконом она потеряла 1,3% (115,9 тыс. руб. за 1 кв. м), в сегменте комфорт было отмечено снижение на 9,4%, до 148,3 тыс. руб. за 1 кв. м, и лишь в бизнес-классе эксперты наблюдают рост на 3,1%, до 247,2 тыс. руб. за 1 кв. м. Одновременно снизился и средний чек. В старых границах Москвы по итогам октября он составил 12,2 млн руб. (в экономклассе — 5,8 млн руб., в комфорт-классе — 8,1 млн руб., а в бизнес-классе — 18,2 млн руб.). По сравнению с прошлым годом средний бюджет покупки сократился на 8,1%. Снижение чека было зафиксировано во всех сегментах (эконом — на 9,6%, комфорт — на 9,8%, бизнес-класс — на 1,5%).

«Цены уже достигли возможного минимума. При этом если в отдельных локациях снижение цен и фиксируется, то из-за выхода на продажу новых проектов в «дешевых» классах (эконом, комфорт), однако «внутри» классов снижения цен уже не наблюдается», — отмечает ведущий аналитик ЦИАН Александр Пыпин.

Снижение цен происходило на фоне активного вывода на рынок новых проектов. За год, по данным компании «Миэль-Новостройки», на рынок Москвы вышли 35 новых проектов, преимущественно комфорт- и бизнес-класса. Александр Пыпин утверждает, что в московском регионе девелоперы в этом году активно запускали новые проекты в столице и области вблизи МКАД. «Это территории, где можно реализовать квадратный метр по цене выше 75 тыс. руб. На остальных территориях из-за роста себестоимости и снижения платежеспособного спроса новые проекты практически не появляются», — говорит эксперт. По его словам, темпы вывода новых проектов осенью не снизились — многие девелоперы стремятся запустить проекты до начала 2017 года, когда изменится законодательство. Напомним, что 1 января вступит в силу ряд дополнений к федеральному закону №214, регулирующему взаимоотношения застройщиков и дольщиков. В частности, страхование договоров между дольщиками и застройщиками будет проводиться через компенсационный фонд, из которого при появлении у застройщика проблем дольщики смогут получить средства на достройку дома.

При этом аналитики «Метриум Групп» утверждают, что вывод новых проектов все же замедлился, и считают это еще одним признаком оздоровления рыночной динамики. «В октябре этот показатель практически не изменился по отношению к сентябрю: число квартир, представленных на рынке массового сегмента, увеличилось только на 0,3%. Между тем с начала года объем предложения рос каждый месяц на 2,3%, тогда как за аналогичный период 2015-го он возрастал на 4,6%. Таким образом, динамика объема предложения также нормализовалась, что связано как с возросшим спросом, так и более взвешенной политикой девелоперов, которые теперь не стремятся любой ценой «выбросить» на рынок больше квартир», — утверждает Мария Литинецкая.

СПРОС: РЕКОРДЫ И ТРЕНДЫ

Вывод на рынок бюджетных проектов в Москве не остался незамеченным покупателями. За десять месяцев текущего года, по данным Росреестра, было заключено 26 918 договоров долевого участия (ДДУ). Для сравнения: за весь прошлый год ведомство зарегистрировало 19 667 ДДУ, а в 2014-м — 24 029; даже в относительно благополучном в экономическом плане 2013 году участники долевого строительства подписали только 21 251 договор. Правда, в сентябре этого года число сделок все же снизилось, что обеспокоило участников рынка. «Необычная активность в летние месяцы привела к затишью на рынке в начале делового сезона. Число сделок в сентябре оказалось на 30% ниже, чем в августе. Хотя и чуть выше, чем в сентябре прошлого года», — отмечает Екатерина Румянцева, председатель совета директоров Kalinka Group.

Впрочем, сентябрьское затишье заметили не все. «У нас довольно ровная статистика, а ключевые показатели сентября и октября (количество звонков, посещаемость объектов, объем

РБК + «РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ» (16+)

Тематическое приложение к «Ежедневной деловой газете РБК»
Является неотъемлемой частью
«Ежедневной деловой газеты РБК» №218 (2474) от 24 ноября 2016 г.
Распространяется в составе газеты
Материалы подготовлены редакцией партнерских проектов РБК+
Партнеры: ООО «Эстейт», АО «Лидер-Инвест». Реклама

Учредитель: ООО «БизнесПресс»
Издатель: ООО «БизнесПресс»
Директор ИД РБК: Ирина Митрофанова
Главный редактор партнерских проектов РБК+:
Наталья Кулакова
Редактор РБК+ «Рынок недвижимости»:
Елена Новомлинская

Выпускающий редактор: Андрей Уткин
Дизайнер: Дмитрий Иванов
Фоторедактор: Алексей Зотов
Корректоры: Татьяна Поленова, Маргарита Тарасенко
И.о. главного редактора газеты:
Игорь Игоревич Тросников
Рекламная служба: (495) 363-11-11, доб. 1342

Коммерческий директор издательства РБК:
Анна Батыгина
Директор по продажам РБК+:
Евгения Карлина
Директор по производству:
Надежда Фомина
Адрес редакции: 117393, Москва, ул. Профсоюзная, 78, стр. 1

«НЕВЫСОКИЙ СПРОС ИДЕТ НА ПОЛЬЗУ РЫНКУ»

О ТОМ, КАК СЛАБЫЙ СПРОС ВЛИЯЕТ НА КАЧЕСТВО ПРОЕКТОВ И ПОЧЕМУ ДЕВЕЛОПЕРУ ВЫГОДНЕЕ РАЗВИВАТЬ БОЛЬШИЕ ТЕРРИТОРИИ, РБК+ ПОГОВОРИЛ С ПРЕЗИДЕНТОМ КОМПАНИИ «ЛИДЕР ИНВЕСТ» **ЕВГЕНИЕМ РУБЦОВЫМ**

ФОТО: АНАСТАСИЯ ЦАЙДЕР ДЛЯ РБК

— Как вы оцениваете сегодняшний рынок недвижимости? Выгодно ли сегодня строить? Есть ли спрос?

— Конечно, делая прогнозы год назад, мы рассчитывали на более высокий спрос. Как и в целом на рынке, у нас произошел спад продаж в третьем и четвертом кварталах. Он ощутим, но не катастрофичен. При этом нужно отметить, что невысокий спрос идет на пользу рынку, который наконец-то обретает цивилизованные черты — уже не застройщик диктует, что покупать потребителю, а наоборот. И это хорошо, это повышает качество проектов, так как каждый застройщик понимает: кто построит то, что нужно потребителю, тот и выживет.

Сейчас вся наша философия направлена не на строительство квадратных метров, а на создание образа жизни. Я считаю, что у нас получаются достаточно удачные дома, поэтому покупатели и голосуют кошельком. В наших жилых комплексах приятно жить. Мы не всегда довольны результатом, но многое получилось: хорошие архитектурно-планировочные решения, дворы без машин. При этом мы делаем закрытые дворы не в ущерб автомобилистам: чтобы всем было комфортно, мы строим вместительные подземные паркинги.

— В последнее время город стал предъявлять больше требований к комфортности и инфраструктурной наполненности проектов. Насколько вы готовы соответствовать этим требованиям?

— Все первые этажи в наших проектах отданы под нежилые функции. Даже в маленьких проектах, которые мы сейчас выводим на месте старых АТС, есть социальная инфраструктура — места для временного пребывания детей, клубы, детские центры. Это осознанная необходимость. С другой стороны, необходимо сделать эти помещения выгодными для нас как для девелопера, потому что задача бизнеса — не просто построить площади, а превратить в деньги.

— Насколько вообще выгоден проект по застройке площадок на месте АТС? Есть ли какой-то план этой работы?

— Конечно. У нас несколько очередей по развитию территорий АТС. В рамках первой мы уже сдали пять объектов, девять строятся. Во второй очереди еще 16 площадок, из которых на семи-восьми начнется стройка уже в следующем году. Третья очередь сейчас в проработке. Но постепенно мы хотим выходить из локальных проектов, делая упор на комплексное развитие территорий. Развитие крупных проектов намного интереснее с точки зрения бизнеса, чем локальная застройка. Затраты по подготовке проектов — проектирование, коммуникации, согласования — и на 10 тыс. кв. м, и на 200 тыс. сопоставимы. Но в первом случае на продажу выходит 7 тыс. кв. м, остальное — места общего пользования, а во втором из 200 тыс. кв. м продаются 170 тыс. Причем продаются примерно по одной цене, которую определяет локация проекта.

— На каких больших территориях вы планируете работать и когда?

— В следующем году мы начинаем два крупных проекта комплексного освоения территории — Nagatino I-Land и комплекс на улице Лобачевского. В обоих случаях будет реализована концепция «город в городе». На Лобачевского это будет высотный жилой комплекс с переменной этажностью примерно на 220 тыс. кв. м площадей в наземной части, из которых только половина придется на квартиры. Остальные площади — это школа, детские сады, другая инфраструктура. В марте-апреле 2017 года мы планируем завершить проектирование.

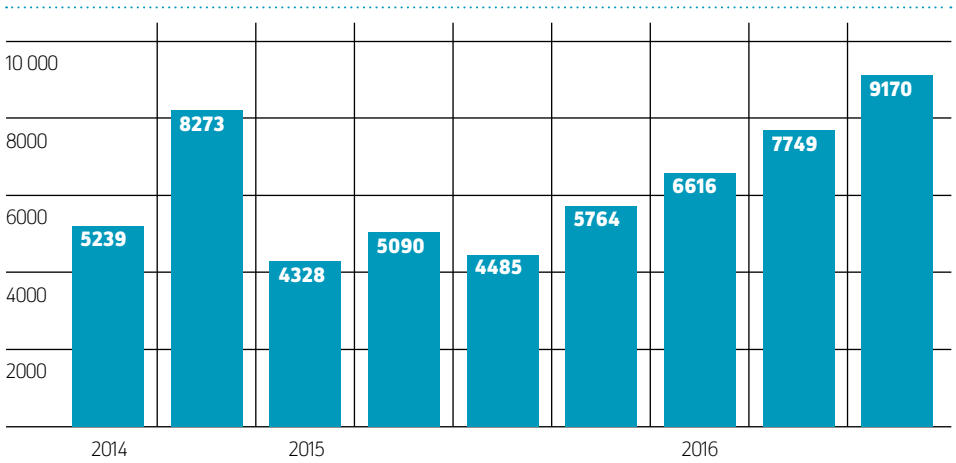
Совсем другой подход в Нагатино. Максимальная высота зданий здесь планируется не более 100 м. Плотность застройки будет невелика: на 24 га появится менее 300 тыс. кв. м жилья. Также будет построено около 100 тыс. кв. м офисной недвижимости, школа на 800 мест, пять детских садов, поликлиника. Четверть территории отдается под благоустройство и озеленение, на территории появятся аллеи и променады. Особое место займет прогулочная зона вдоль реки, обустройство которой входит в городскую программу по развитию набережных. По планам города со временем набережная соединится мостом с территорией большого ЗиЛа, а затем станет частью проекта развития всей набережной до Кремля. С другой стороны, наш полуостров также будет соединен мостом с «большой землей» — он будет вести на участок, где сегодня строится парк аттракционов.

совершаемых сделок) лишь на 2–5% отстают от рекордных летних показателей», — рассказал Виктор Прокопенко, директор по продажам Sezar Group. И действительно, уже в октябре было заключено рекордное число ДДУ — 3383, что превысило предыдущий пик, достигнутый в августе (3354), и показатель декабря 2014-го (3156). Таким образом, в октябре 2016 года Росреестр зарегистрировал самое большое количество сделок на рынке долевого строительства за всю его историю.

Еще одна важная тенденция, которую отмечают эксперты, — снижение популярности апартаментов. В очередном раунде борьбы «квартиры vs. апартаменты» официальное жилье, похоже, побеждает. «Новый тренд проявился в том, что рост предложения по квартирам стал опережать рост предложения по апартаментам. По стоимости квадратного метра апартаменты стали понемногу догонять квартиры. При этом средняя цена реальной продажи апартаментов растет, а средняя стоимость квартир падает», — отмечает руководитель отдела продаж департамента жилой недвижимости Penny Lane Realty Илья Прогоннов. И покупатели, соответственно, все чаще выбирают квартиры. «Доля сделок с апартаментами в прошлом году составляла 24% в общей структуре сделок, а в текущем году снизилась до 13%. Это связано с тем, что предложение бюджетных проектов с квартирами постоянно растет и составляет очень мощную конкуренцию апартаментам, главным козырем которых была как раз более низкая стоимость», — отмечает генеральный директор компании «Миэль-Новостройки» Наталья Шаталина.

КОЛИЧЕСТВО ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫХ В МОСКВЕ ДДУ*

%



** Поквартально. В новых границах Москвы.*

Источник: Росреестр

ЧТО ДАЛЬШЕ?

В ближайшей перспективе участники рынка ожидают роста — как предложения, так и продаж. «В ноябре-декабре те, кто планирует сейчас приобрести квартиру в новостройке, выйдут на сделку. Первая и самая главная причина — завершение программы субсидирования ипотечной ставки. Пока в сознании граждан этот факт недооценен. Вторая причина — в декабре, как правило, покупатели уже имеют объективное представление о перспективах и размерах ожидаемых годовых бонусов и 13-х зарплат, что позволяет им планировать существенные покупки», — прогнозирует Виктор Прокопенко.

Объем предложения в Москве будет расти и, по общему мнению участников рынка, побьет рекорды. Например, по итогам трех кварталов текущего года было выдано на 25% больше разрешений на строительство, чем за аналогичный период прошлого года, а если исходить из площадей, на которые выдано разрешение, то тут рост составляет 50%. При этом в Подмосковье стоит ожидать снижения объемов предложения. В связи с пониженным спросом застройщики в Московской области проводят более сдержанную политику и стараются концентрироваться именно в ближайшей зоне от МКАД (не далее 5–7 км), где интерес покупателей к новостройкам остается на высоком уровне.

Резкого роста цен на новостройки в ближайшей перспективе, скорее всего, не произойдет. «Высокая конкуренция среди застройщиков и сниженная платежеспособность граждан не позволит завышать цены», — отмечает Наталья Шаталина. Тем не менее в следующем году рынку предстоит адаптироваться к новым законодательным изменениям, которые лягут дополнительным обременением на себестоимость проектов. Поэтому вывод в продажу новых проектов может замедлиться. Также влияние окажет и прекращение программы ипотечного субсидирования — это значит, что застройщикам придется переформатировать характер взаимодействия с банками, предусмотреть дополнительные затраты на совместные программы по снижению ипотечных ставок, вырастет доля в продажах по рассрочкам и иным альтернативным ипотеке программам.

«В выигрыше может оказаться рынок апартаментов, которого законодательные изменения коснутся в меньшей степени», — говорит Александр Пыпин. По его словам, в 2017 году в московском регионе вырастет доля квартир, реализуемых застройщиками в сданных в эксплуатацию домах с оформленными свидетельствами о собственности, в том числе по специальным ипотечным программам, что может привести к дальнейшей стагнации на вторичном рынке.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ СТРАНИЦЫ **РБК+**
РАСПРОСТРАНЯЮТСЯ ТОЛЬКО СОВМЕСТНО С ГАЗЕТОЙ РБК

АНТИКРИЗИС ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА

ГОСТИНИЧНЫЙ РЫНОК В РОССИИ ВЫХОДИТ ИЗ КРИЗИСА. В МОСКВЕ И САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ АНАЛИТИКИ ОТМЕЧАЮТ РЕКОРДНУЮ ЗАГРУЗКУ ОТЕЛЕЙ, КОТОРАЯ, В СВОЮ ОЧЕРЕДЬ, ПРИВЕЛА К РОСТУ ЦЕН. УЧАСТНИКИ ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА УБЕЖДЕНЫ, ЧТО СЛОЖИВШАЯСЯ ТЕНДЕНЦИЯ РОСТА НА РЫНКЕ ГОСТИНИЦ БУДЕТ УКРЕПЛЯТЬСЯ. **МАРИЯ КАРНАУХ**

ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА

РЕКОРДНАЯ ЗАГРУЗКА

По итогам первого полугодия 2016 года уровень загрузки и доходности гостиниц Москвы и Санкт-Петербурга достиг рекордных показателей за последние пять лет. Согласно данным компании Jones Lang LaSalle (JLL), за шесть месяцев 2016 года уровень загрузки отелей в столице достиг 68% (рост составил 4,6%). Средняя стоимость размещения при этом увеличилась на 6,7%, до 7,8 тыс. руб. за номер.

В третьем квартале тенденция роста загрузки и стоимости гостиничных номеров продолжилась. Марина Смирнова, партнер, руководитель отдела гостиничного бизнеса и туризма Cushman & Wakefield отмечает, что за девять месяцев текущего года загрузка качественных отелей в Москве вышла на уровень 2012 года, когда показатели были рекордными, и достигла 69,6%. По данным компании CBRE, одним из рекордсменов по загрузке стала московская гостиница Golden Apple Boutique: по результатам трех кварталов загрузка здесь составила 89%. «Данные 2016 года позволяют говорить, что рынок выходит из кризиса», — отмечает Марина Смирнова.

В Санкт-Петербурге, по данным Cushman & Wakefield, загрузка по итогам девяти месяцев оказалась на столичном уровне — 69,9%. При этом разница в цене номера в столице и Санкт-Петербурге сократилась: если раньше московские отели обходились на 1–2 тыс. руб. дороже за ночь, то теперь петербургские их догнали и дешевле только на 200 руб. Как поясняет Марина Смирнова, сравнять показатели с Москвой удалось благодаря ряду знаковых мероприятий — например, Петербургскому международному экономическому форуму.

Рынком, существенно прибавившим как по загрузке, так и по средней цене продажи, стал Сочи. «В этом году впервые город отработал как всесезонный курорт: загрузка горного сектора в летний период составила по ряду объектов 50–70%, тогда как зимой пляжные гостиницы грузились на 40–50%, что для высокосезонного рынка Сочи является большим достижением», — подчеркивает Марина Смирнова. По словам руководителя департамента гостиничного бизнеса JLL Татьяны Веллер, загрузка растет также в городах и регионах, где есть очевидный центр притяжения спроса — производственный, деловой или туристический. Особенно выигрывают города, где местное правительство проводит работу по популяризации города как привлекательного направления, — самым ярким примером эксперт называет Казань.

РАБОТА НА ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ

Рост загрузки российских отелей объясняется тем, что за последние два года отечественный гостиничный рынок переориентировался на внутреннего туриста, поясняет Татьяна Веллер. «В целом гостиничный рынок российских городов работает на внутреннем спросе. Это характерно и для других стран, в том числе европейских, где внутренний спрос составляет 60–70%», — соглашается Марина Смирнова.

При этом в каждом сегменте рынка своя динамика. Так, в люксовом сегменте загрузка значительно выросла за счет того, что туристы, оперирующие твердой валютой, теперь могут позволить себе лучший отель за тот же бюджет. «Кризис девальвировал цены в России, в том числе и на гостиницы, и сделал Россию гораздо более привлекательной для иностранных туристов. Прямым подтверждением этому служит уровень заполняемости столичных отелей высокого уровня, который на протяжении 2016 года близок к 70%», — поясняет замдиректора по развитию индустрии гостеприимства CBRE Станислав Ивашкевич.

В среднем ценовом сегменте больше гостей, приезжающих с деловыми целями из российских регионов: постепенная локализация экономики становится стимулом для внутренних командировок. Наконец, в сегменте эконом и нижней части среднего сегмента внушительную нишу занимают туристы из Азии, которые приезжают в групповые туры.

Рост популярности России у китайских туристов подтверждает генеральный директор компании Hospitality Income Consulting Елена Лысенкова. По ее словам, в целом с начала года динамика потока международного туризма в Россию демонстрирует увеличение на 14–18%. «Прирост происходит в первую очередь за счет азиатского рынка, и китайских туристов в частности. Рост количества китайских туристов составляет около 40%, однако в абсолютных цифрах это прирост менее чем 250 тыс. туристов с начала года», — отмечает эксперт. Помимо Китая в Россию едут туристы из стран бывшего СССР, Германии, США, Турции, Великобритании, Израиля, Кореи, Италии и Испании. При этом, по словам эксперта, наиболее значительный приток иностранных туристов приходится на Санкт-Петербург, Екатеринбург, Владивосток, Хабаровск, Москву.

ЛЮКСОВЫЙ СЕГМЕНТ ЛИДИРУЕТ

Рост загрузки отелей привел к росту цен, однако каждый из городов подошел к повышению по-разному. «Если в Москве ожидания отельеров лежат в рамках инфляции и чуть выше (15%), то в Санкт-Петербурге — не менее 30%. Сочи как главный курортный рынок повысил цены в сезон 2016 года на 30–50% по сравнению с прошлым годом, а некоторые отели — в несколько раз», — подчеркивает Марина Смирнова. Однако именно агрессивное наращивание средних цен в высокий сезон может стать барьером для дальнейшего роста рынка. В то же время бюджетные отели становятся хитами гостиничных рынков. Как отмечает Смирнова, тенденция к развитию хостелов — прямое следствие повышенного интереса туристов к бюджетным размещениям.

Неравномерным был рост цен и в зависимости от сегмента рынка. Так, по данным JLL, в Москве цены выросли во всех сегментах гостиничного рынка, кроме среднего, в котором наблюдалось незначительное падение (на 2,8%). В результате в среднем по рынку показатель средней цены проданного номера (ADR) за первые три квартала текущего года вырос на 7,7% по сравнению с 2015-м. Самый заметный рост стоимости размещения наблюдался в люксовом сегменте: за девять месяцев 2016 года ADR в отелях этой категории выросла на 15,9% по сравнению с аналогичным периодом 2015-го.

Рост загрузки в совокупности с ростом цен обеспечил рынку беспрецедентный рост показателей доходности. Так, для московских отелей люксового сегмента показатель доходности в расчете на номер, по данным JLL, увеличился по результатам трех кварталов на 22,6%. В среднем по рынку этот показатель вырос на 14,9%.

Таким образом, главным драйвером роста гостиничного рынка стал слабый рубль. В то же время рост рынка поддерживается и за счет внутреннего туризма: поездки россиян за рубеж сократились из-за нестабильной обстановки в мире, а также введенного ограничения на выезд за рубеж для некоторых россиян. Поскольку в ближайшее время эти факторы вряд ли будут нивелированы, участники рынка прогнозируют, что загрузка на основных гостиничных рынках останется на высоком уровне, а отельеры продолжат постепенное повышение рублевых цен.

НОВЫЕ ОТЕЛИ ДЛЯ ЧЕМПИОНАТА

С 2012 по 2015 год ввод новых отелей в России заметно рос. Так, в 2012 году, по данным Госкомстата, количество гостиниц в стране увеличилось на 900 объектов, номерной фонд — на 22,7 тыс. единиц. При этом качественных гостиниц, управляемых международными операторами, открылось всего пять, на 1130 номеров. Для сравнения: в 2015 году количество гостиниц увеличилось на 3244 объекта, а номерной фонд — на 61,4 тыс. единиц. Прирост качественных гостиниц составил 19 объектов (более 3 тыс. номеров). За три года номерной фонд в целом по стране вырос на 44% . Кризис замедлил строительство новых объектов на гостиничном рынке. Сегодня основной ввод связан с подготовкой к проведению в 2018 году чемпионата мира по футболу: открытие новых гостиниц ожидается в Москве, Санкт-Петербурге, Калининграде, Саранске, Ростове-на-Дону. Помимо этого новые объекты появятся в Томске, Тюмени, Архангельске и Иркутске. Всего к вводу до 2018 года запланировано более 7 тыс. номеров в качественных отелях, управлять которыми пригласят международных операторов. «Однако большинство проектов носит «бумажный» характер. В стадии строительства не более 2 тыс. номеров», — отмечает партнер, руководитель отдела гостиничного бизнеса и туризма Cushman & Wakefield Марина Смирнова. На строительство гостиниц оказывает влияние как кризис, так и рыночная ситуация на отдельных региональных рынках — одновременный выход нескольких гостиниц снижает их операционные показатели, вследствие чего остальные инвесторы пересматривают свои проекты, поясняет эксперт.

ПРИЗНАННАЯ КЛАССИКА ЖИЛЬЯ*

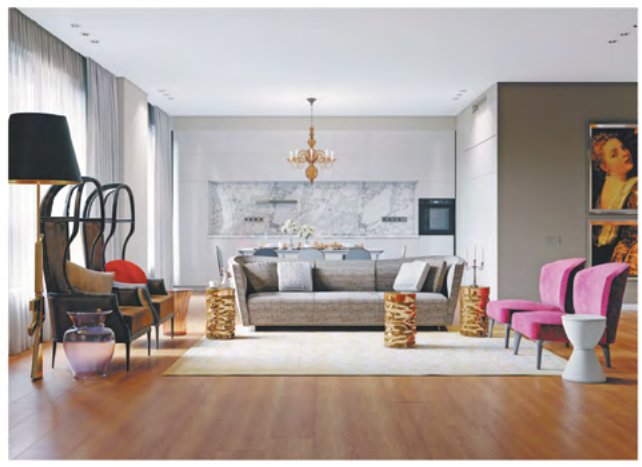
*Лауреат премии European Property Awards

EUROPEAN PROPERTY AWARDS
WINNER 2016-2017

Дом «Дыхание» — это уникальный проект, дизайн которого разработало бюро YOO inspired by Starck под руководством неподражаемого Филиппа Старка.

Маэстро создал 4 стиля дизайна квартир, разработал входные группы и публичные пространства. Эксплуатируемые кровли дома «Дыхание» позволят насладиться панорамой города, отдохнуть в лаунж-зоне или заняться йогой в специально отведенном месте.

Уникальную атмосферу создают не только натуральные материалы отделки в сочетании с «новым шиком» из мрамора, стекла и актуальными технологиями. К преимуществам дома «Дыхание» следует добавить прекрасную транспортную доступность, повышенные меры безопасности и экологичность — в шаговой доступности в вашем распоряжении более 200 га лесного массива.



Дыхание
ДОМ НА ТИМИРЯЗЕВСКОЙ

КВАРТИРЫ ОТ 10,5 МЛН. ₽

499 7777 499
domdyhanie.ru

*Европеан проперти эвордс. *Ю вдохновленные Старком. Застройщик: ООО «ФСК «Лидер». Проектная декларация на сайте: www.domdyhanie.ru. Реклама

МЕЖДУ ОФИСОМ И ДОМОМ

РАБОТА ВНЕ ОФИСА СТАНОВИТСЯ ВСЕ БОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННОЙ. НА ЗАПАДЕ АЛЬТЕРНАТИВОЙ БИЗНЕС-ЦЕНТРАМ ВСЕ ЧАЩЕ ВЫСТУПАЕТ РАСТУЩИЙ СЕГМЕНТ КОВОРКИНГОВ. В РОССИИ ЭТА ТЕНДЕНЦИЯ ТАКЖЕ ПРИСУТСТВУЕТ, НО ПОКА В ЗНАЧИТЕЛЬНО МЕНЬШЕЙ СТЕПЕНИ. ВЛАДИМИР МИРОНОВ

ЧТО В МИРЕ ТВОРИТСЯ

Индустрия коворкингов растет завидными темпами. Если в 2013 году в мире насчитывалось около 2,5 тыс. пространств для «совместной работы» (так с английского переводится co-working), то к концу 2016 года, согласно прогнозам, сделанным на базе исследования Global Coworking Survey-2016, их может стать уже 10 тыс., считают аналитики специализированного ресурса Deskmag.com.

Исследование показало, что 62% участвовавших в нем владельцев коворкингов заявили о планах расширения, 87% ожидают притока новых клиентов, 82% поделились надеждами на прирост выручки. Авторы глобального отчета не сомневаются, что сегмент коворкингов в ближайшие годы продолжит расти и качественно развиваться. Около 85% опрошенных в разных странах фрилансеров и предпринимателей полагают, что до насыщения коворкингами еще далеко.

В исследовании также отмечается, что в клиентской среде коворкингов наблюдается определенная ментальная эволюция. К примеру, в целом люди стали проводить на съемных рабочих местах значительно больше времени. Если год назад только половина респондентов посещала коворкинг не менее трех раз в неделю, то в 2016-м таких людей было в полтора раза больше (хотя большинство признаются, что их трудовой график не занимает полный рабочий день). Почти треть опрошенных «постояльцев» коворкингов рассказали, что надеются найти среди сменяющихся соседей новых партнеров по бизнесу. 75% признались, что приходят в коворкинг ради общения. Кстати, эксперты отметили такую деталь, как рост взаимного доверия среди любителей «работать вместе», — многие респонденты говорили, что не опасаются оставлять в коворкинге свои ноутбуки, мобильные телефоны и ценные вещи без присмотра.

В другом международном исследовании — Global Cities Report-2017 консалтинговой компании Knight Frank — приводится сравнение стоимости аренды четырех рабочих мест в коворкинге и мини-офиса площадью 56 кв. м с сопоставимой функциональностью. Во многих случаях компании с небольшим штатом сотрудников, как отмечается в отчете, могут существенно сэкономить, если обратятся к услугам коворкингов. На первом месте оказался лондонский район Шордич, где годовая аренда четырех рабочих столов в коворкинге обойдется на $28 933 (или на 57%) дешевле, чем отдельный небольшой офис.

ДЛЯ МАЛЕНЬКОЙ КОМПАНИИ

В Москве разница в стоимости аренды офиса и мест в коворкинге немногим меньше — 52%. Для сравнения аналитики Knight Frank взяли долларовый эквивалент средневзвешенной ставки аренды 56-метрового офиса в нескольких креативных кварталах Москвы («Даниловская мануфактура», «Арма», Artplay, «Винзавод», «Красный Октябрь» и др.) и годовую аренду четырех рабочих мест в коворкингах на дизайн-заводе Flacon. Соотношение получилось следующим: $17 300 против $9150 за 1 кв. м в год. То есть экономия составляет $8150.

Впрочем, выгода варианта с коворкингом заметна лишь в тех случаях, когда речь идет о небольших площадях. «Аренда коворкинга выгодна для небольших компаний и ИП, которые не заинтересованы в длительной аренде. Основное преимущество коворкинга перед традиционным офисом — гибкость по срокам и стоимости аренды, набору опций и сервисов», — замечает аналитик отдела исследований рынка международной консалтинговой компании CBRE Игорь Макаров. К плюсам коворкинга он также относит удобство при проведении нерегулярных мероприятий (мастер-классов, тренингов и др.). «Но если речь идет о долгосрочной перспективе, то у офисного пространства с правильной организацией рабочих мест определенно есть преимущество перед коворкингом», — уточняет Игорь Макаров.

КОВОРКИНГ ПО-РУССКИ

Сегодня в Москве насчитывается около 50 коворкинг-пространств. Наиболее известные в столице проекты — «Рабочая станция», To-Do-Club в центре Digital October, «Фабрика», Union Place (два объекта), SM Moscow-City, DI Telegraph. На уже упоминавшемся дизайн-заводе Flacon работают сразу три коворкинг-центра: Flacon Coworking, Start Hub и «Коворкафе». Есть муниципальные коворкинги «Делу место» — на Средней Первомайской улице (ВАО), в проезде Соломенной Сторожки (САО) и на Автозаводской улице (ЮАО).

В этом году в столице открылись еще три крупные площадки. Одна из них — «Deworkacy. Красный Октябрь» (51% принадлежит компании «Ташир инвест», общая площадь — 1,7 тыс. кв. м). «Это весьма успешный проект. Однако большую часть пространства здесь занимают не рабочие места, а помещение для проведения мероприятий на 500 человек и лекторий на 100 человек. Так что это, скорее, event-площадка», — считает директор департамента консалтинга и оценки компании S.A. Ricci Александр Морозов. Еще два новых проекта появились в рамках развития коворкинговой сети «Ключ» — «Ключ Арма» (на Курской) и «Ключ Октябрь» (на Берсеневской набережной). Однако и они не являются коворкингами в чистом виде, предлагая клиентам в основном мини-офисы с помесячной арендой и конференц-пространства.

Цены в коворкингах в основном зависят от расположения, поскольку качество помещений примерно сопоставимое. В центре в пределах ТТК цена аренды составляет порядка 13 тыс. руб. в месяц за рабочее место, за пределами ТТК — около 9 тыс. руб. Так, в Flacon Coworking месячная стоимость аренды составляет 11 тыс. руб., недельная — 3,5 тыс. В Union Place за месяц нужно выложить почти 12 тыс. руб. Дополнительные услуги в коворкинг-центрах — например, секретариат, бухгалтерия — оплачиваются отдельно. К примеру, в DI Telegraph цены на добавочные опции варьируются от 18 тыс. до 99 тыс. руб. в месяц. Некоторые коворкинговые центры поддерживают систему абонементов.

Средний уровень заполняемости коворкингов в Москве, по данным S.A. Ricci, составляет сегодня около 60%. «При таком уровне заполняемости эти предприятия могут существовать весьма успешно», — говорит Александр Морозов. Эксперты полагают, что с учетом текущей ситуации в сегменте офисной недвижимости коворкингов в Москве пока достаточно. «На наш взгляд, в сфере предложения офисных площадей в формате коворкинга в Москве наблюдается превышение предложения над спросом. Из-за экономической нестабильности рост малого бизнеса и числа занятых интеллектуальным трудом заметно ограничен», — говорит Мария Зимина, директор отдела корпоративных клиентов департамента офисной недвижимости Knight Frank. Есть также вероятность, добавляет Александр Морозов, что многие потенциальные клиенты коворкингов в сегодняшних условиях постараются сэкономить на аренде и будут работать дома.

СЕГМЕНТ ШАГАЕТ ПО СТРАНЕ

В 2016 году коворкинги начали экспансию в Подмосковье и даже в регионы. «В начале этого года в бизнес-центре «Химки Бизнес Парк» открылся коворкинг площадью почти 2 тыс. кв. м на 300 съемных рабочих мест. При средней площади помещений такого формата это явный признак активного развития направления», — говорит Мария Зимина. В один комплекс с этим коворкингом входят капсульный мини-отель, спортзал и детская комната.

По словам Александра Морозова, в ближайшее время планируется открытие первого коворкинг-центра в Орехово-Зуевском районе Подмосковья (площадь — 225 кв. м). Анонсировано открытие коворкинга в Долгопрудном («Коворкинг на Дирижабельной»). Большой коворкинг площадью 800 кв.м планируется открыть до конца года в подмосковном Реутове.

Операторы успешных коворкинговых проектов сегодня начали тиражировать свой опыт в регионы. «Недавно открылся небольшой коворкинг в городе Иннополис (новый наукоград-спутник Казани). Ближе к началу 2017 года команда дизайн-завода Flacon в рамках проекта Flacon 1170 планирует открыть коворкинг в Сочи», — рассказала Мария Зимина.

ПРОДАЮТСЯ

Жемчужины Индийского Океана

Для более подробной информации по инвестиционным возможностям в области гостиничной недвижимости в Индийском Океане, пожалуйста, свяжитесь с Ириной Чедси | м: +65 8317 5385 | email: irina.chadsey@ap.jll.com

JLL

Jones Lang LaSalle
© 2016 Jones Lang LaSalle IP, Inc. Все права защищены. РЕКЛАМА

Реклама

Извещение о проведении аукциона, открытого по составу участников и форме подачи предложений о цене продажи акций акционерного общества «Научно-исследовательский учебный центр новых технологий и материалов «Атом» (АО «НИЦ «Атом»), в количестве 312 411 (Триста двенадцать тысяч четыреста одиннадцать) штук, находящихся в собственности Государственной корпорации «Ростех» (Далее — Аукцион)

1. Собственник акций — Государственная корпорация «Ростех».
119991, г. Москва, Гоголевский бульвар, д. 21, стр. 1.
ОГРН 1077799030847
ИНН 7704274402
КПП 770401001
2. Организатор аукциона: акционерное общество
«РТ-Строительные технологии» (АО «РТ-Стройтех»)
119435, Москва, Б. Саввинский пер., д. 2-4-6, стр. 16
ОГРН 1097746324400
ИНН 7704727853 КПП 770401001
Р/счет 40702810700250008944
в АО АКБ «НОВИКОМБАНК»
К/счет 30101810245250000162
БИК 044525162
Тел. 8 (495) 580-53-90, 8 (495) 909-00-00

3. Предмет аукциона — обыкновенные именные бездокументарные акции акционерного общества «Научно-исследовательский учебный центр новых технологий и материалов «Атом», в количестве 312 411 (Триста двенадцать тысяч четыреста одиннадцать) штук, находящиеся в собственности Государственной корпорации «Ростех» (Далее — «Имущество»).

4. Сведения об эмитенте акций:
Полное наименование — акционерное общество «Научно-исследовательский учебный центр новых технологий и материалов «Атом».
Сокращенное наименование — АО «НИЦ «Атом».
Место нахождения: 119285, Российская Федерация, г.Москва, ул. Мосфильмовская, д.4.
Контактный телефон — (499) 147-63-54.

Данные государственной регистрации:
Свидетельство о государственной регистрации юридического лица выдано 02.12.2011 Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы №46 по г.Москве.
Основной государственный регистрационный номер — 1117746979338.

Дата внесения записи в Единый государственный реестр юридических лиц о юридическом лице — 02.12.2011
Идентификационный номер налогоплательщика — 7729697463.
Устав утвержден решением единственного акционера от 09.06.2015 №141-Р.

Перечень основной продукции (работ, услуг) согласно уставу Эмитента:
— проведение фундаментальных, поисковых и прикладных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в области создания новых материалов, технологий, аналитико-технологического оборудования, современных методов исследования материалов, радиоэлектронных компонентов, узлов и других видов радиоэлектронной техники специального и гражданского назначения;
— разработка нормативных документов, в том числе, стандартов на материалы радиоэлектроники и электронной техники, на методы их испытаний и контроля, на технологические процессы изготовления материалов и изделий электронной техники, в том числе специального назначения;
— производство, реализация, ремонт, гарантийное обслуживание радиоэлектронной техники специального и гражданского назначения, в том числе с использованием драгоценных металлов;
— производство, реализация, ремонт, гарантийное обслуживание товаров народного потребления;
— организация работ по сертификации материалов и компонентов радиоэлектроники, включая экологическую сертификацию;
— подготовка кадров совместно с образовательными учреждениями, в частности с МИРЭА в области технологии и испытания материалов и компонентов ИЭТ и в области стандартизации, сертификации и управления качеством;
— внешнеэкономическая деятельность;
— осуществление деятельности, связанной с проверкой средств измерений;
— выполнение проектных и строительно-монтажных работ;
— производство строительных материалов, конструкций и изделий;
— оказание платных услуг юридическим и физическим лицам;
— производство, переработка и реализация сельскохозяйственной продукции;
— организация общественного питания;
— оказание социально-бытовых услуг;
— оказание социально-бытовых услуг населению;
— эксплуатация, ремонт и обслуживание систем, средств и объектов подконтрольных органам Госгортехнадзора России и Энергонадзора;
— эксплуатация, ремонт и обслуживание систем, средств и объектов, подконтрольных органам Госгортехнадзора России и Энергонадзора;
— разработка, производство, реализация, ремонт, гарантийное обслуживание систем и приборов для объектов топливно-энергетического комплекса;
— передача и распределение электрической и топливной энергии, обеспечение водоснабжения;
— редакционно—издательская и полиграфическая деятельность;
— деятельность, связанная с использованием сведений, составляющих государственную тайну;
— оказание услуг телефонной связи
содержание и эксплуатация топливно-заправочных пунктов и автозаправочных станций Предприятия;
— осуществление технического обслуживания, диагностики и ремонта автотранспортных средств;
— оказание транспортных услуг;
— торгово-закупочная и посредническая деятельность;
— осуществление оптовой торговли;
— сдача в аренду недвижимого имущества.

Размер уставного капитала акционерного общества, общее количество и категории выпущенных акций:
Общее количество и категории выпущенных акций:
312 411 (Триста двенадцать тысяч четыреста одиннадцать) штук обыкновенных именных бездокументарных акций, номинальной стоимостью 1 000 (Одна тысяча) рублей каждая.
Государственный регистрационный номер выпуска ценных бумаг — 1-01-14912—А.
Размер уставного капитала — 312 411 000 (Триста двенадцать миллионов четыреста одиннадцать тысяч) рублей 00 копеек.
Дата государственной регистрации выпуска ценных бумаг — 21.11.2012г.
Реестродержатель – акционерное общество «Регистраторское общество «СТАТУС».

5. Начальная цена (стартовая) цена Имущества: 1 000 000 000 (Один миллиард) рублей. (НДС не облагается).
Величина повышения начальной цены («шаг аукциона»): 20 000 000 (Двадцать миллионов) рублей.
6. Порядок, место и срок предоставления аукционной документации:
аукционная документация размещается на сайте АО «РТ-Стройтех» — www.stroytech-rt.ru.
Запись на ознакомление с аукционной документацией и иной документацией по Имуществу осуществляется по тел.: 8 (495) 580-53-90, 8 (495) 909-00-00.

7. Порядок, место и срок представления заявок на участие в аукционе:
Дата начала приема заявок — 24.11.2016г.
Дата и время окончания приема заявок — 23.12.2016г. в 16.30 (по московскому времени).
Прием заявок от Претендентов осуществляет АО «РТ-Стройтех» по адресу: г. Москва, ул. Пятницкая, д. 9/28 стр. 2, по рабочим дням с понедельника по четверг с 10.00 до 18.00 (по московскому времени), в пятницу и предпраздничные дни с 10.00 до 16.30 (по московскому времени).
Претендент имеет право направить в АО «РТ-Стройтех» заявку на участие в Аукционе и иные предусмотренные аукционной документацией документы в электронной форме на следующий электронный адрес: torgi@stroytech-rt.ru.
Претендент, подавший заявку и иные предусмотренные аукционной документацией документы в электронной форме, обязан предоставить в бумажном виде оригиналы всех ранее направленных в электронном виде документов.
Срок и место предоставления документов в бумажном виде 27.12.2016 г. с 11.00 до 11.30 (по московскому времени) по адресу: г. Москва, ул. Пятницкая, д. 9/28, стр. 2, 2 этаж, кабинет №207.

8. Перечень документов, необходимых для участия в Аукционе, представлен в аукционной документации, размещенной на сайте АО «РТ-Стройтех» — www.stroytech-rt.ru.
Требования к оформлению представляемых документов для участия в Аукционе содержатся в аукционной документации.

9. Сумма задатка составляет —100 000 000 (Сто миллионов) рублей 00 копеек (НДС не облагается).
Задаток должен быть зачислен единым платежом в рублях на расчетный счет Организатора аукциона по следующим банковским реквизитам: ИНН 7704727853, КПП 770401001, Р/счет 40702810700250008944 в АО АКБ «НОВИКОМБАНК», К/счет 30101810245250000162, БИК 044525162, получатель — АО «РТ-Стройтех», не позднее 23.12.2016 г. на основании договора о задатке.
Заключение договора о задатке производится по месту приема заявок.
Исполнение обязанности по внесению суммы задатка третьими лицами не допускается. Внесение суммы задатка третьими лицами не является оплатой задатка. Перечисленные денежные средства иными лицами, кроме заявителя, будут считаться ошибочно перечисленными денежными средствами и возвращены на счет плательщика.

10. Дата, время и место рассмотрения заявок 27.12.2016 г. с 11.30 до 12.00 (по московскому времени) по адресу: г. Москва, ул. Пятницкая, д. 9/28, стр. 2, 2 этаж, кабинет №207.
Дата, время и место регистрации участников аукциона 27.12.2016 г. с 12.05 до 12.30 (по московскому времени) по адресу: г. Москва, ул. Пятницкая, д. 9/28, стр. 2, 2 этаж, кабинет №207.
Дата, время и место проведения аукциона 27.12.2016 г. в 12.30 (по московскому времени) по адресу: г. Москва, ул. Пятницкая, д. 9/28, стр. 2, 2 этаж, кабинет №207.
Дата, время и место подведения итогов аукциона 27.12.2016 г в 13.00 по адресу: г. Москва, ул. Пятницкая, д. 9/28, стр. 2, 2 этаж, кабинет №207.

11. Сведения о доле продукции (работ, услуг) Эмитента, включенного в Реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара более чем 35 процентов: АО «НИЦ «Атом» не включено в Реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара более чем 35 процентов.

12. Бухгалтерская отчетность Эмитента:

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС
Единица измерения — в тыс.рублей

Наименование показателя	Код	На 31.12. 2015г.	На 31.12. 2014г.	На 31.12. 2013г.
АКТИВ I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Основные средства	1150	311 427	311 438	311 450
В том числе: основные средства в организации	11501	311 427	311 438	311 450
Отложенные налоговые активы	1180	1 745	1 644	1 392
ИТОГО по разделу I	1100	313 172	313 082	312 842
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ Запасы	1210	—	—	—
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	1	—	—
Дебиторская задолженность	1230	1 424	2 030	1 414
в том числе: расчеты с поставщиками и подрядчиками	12301	—	126	38
Расчеты с покупателями и заказчиками	12302	1 273	1 658	1 318
Расчеты по налогам и сборам	12303	22	—	—
Расчеты по социальному страхованию и обеспечению	12304	107	107	13
Расчеты с разными дебиторами и кредиторами	12308	22	139	45
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	—	10	153
В т.ч. касса организации	12501	—	—	4
Расчетные счета	12502	—	10	150
Прочие оборотные активы	1260	15	172	110
В т.ч. НДС по авансам полученным		9	163	98
Расходы будущих периодов		6	9	12
ИТОГО по разделу II	1200	1 440	2 212	1 677
БАЛАНС	1600	314 612	315 294	314 519
ПАССИВ III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	312 411	312 411	312 411
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	(24 798)	(20 360)	(36 454)
ИТОГО по разделу III	1300	287 613	292 051	275 957
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		—	—	—
Отложенные налоговые обязательства	1420	—	—	—
ИТОГО по разделу IV	1400	—	—	—
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА Заемные средства	1510	210	2609	23503
В том числе: краткосрочные займы	15101	202	1961	18830
Проценты по краткосрочным займам	15102	8	649	4673
Кредиторская задолженность	1520	26402	19818	14415
в том числе: расчеты с поставщиками и подрядчиками	15201	5407	10531	8438
Расчеты по налогам и сборам	15203	12299	7019	4938
Расчеты с покупателями и заказчиками	15202	150	923	553
Расчеты по социальному страхованию и обеспечению	15204	2291	1023	343
Расчеты с персоналом по оплате труда	15205	211	—	—
Расчеты с подотчетными лицами	15206	18	2	—
Расчеты с персоналом по прочим операциям	15207	258	258	—
Расчеты с разными дебиторами и кредиторами	15208	5767	52	143
Оценочные обязательства	1540	387	816	644
ИТОГО по разделу V	1500	26999	23243	38562
БАЛАНС	1700	314612	315294	314519

Отчет о финансовых результатах за год 2015 г.
Единица измерения — в тыс. руб.

Наименование показателя	Код	За год 2015 г.	За год 2014 г.
Выручка	2110	8773	9927
Валовая прибыль (убыток)	2100	8773	9927
Управленческие расходы	2220	(11648)	(12365)
Прибыль (убыток) от продаж	2200	(2875)	(2438)
Проценты к уплате	2330	(175)	(860)
Прочие доходы	2340	2814	22991
Прочие расходы	2350	(1008)	(3851)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	(1244)	15842
Текущий налог на прибыль	2410	—	—
в том числе: постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	148	(4128)
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
Изменение отложенных налоговых Активов	2450	100	960
Прочее	2460	(3295)	(707)
Чистая прибыль (убыток)	2400	(4438)	16095

13. Численность работников Эмитента на 14.09.2016г. составляет 8 (Восемь) человек

14. Площадь и перечень земельных участков и объектов недвижимого имущества, принадлежащих Эмитенту на праве собственности:

1. Земельный участок. Назначение объекта: земли населенных пунктов, эксплуатация здания для размещения научно-исследовательских и инженерно—технических служб ГП НИЦ «АТОМ».
Площадь: 7 445 кв.м.
Адрес: г.Москва, ул.Мосфильмовская, вл.4
Кадастровый (или условный) номер: 77:07:0006004:23.
Ограничение (обременение) права:
1) запрещение сделок с имуществом, запрет на совершение регистрационных действий в отношении объекта недвижимого имущества, расположенного по адресу: г.Москва, ул.Мосфильмовская, вл.4, кад.№77:07:0006004:23, земельный участок, категория земель: земли населенных пунктов, разрешенное использование: эксплуатация здания для размещения научно—исследовательских и инженерно—технических служб ГП НИЦ «Атом», общая площадь 7445 кв.м., номер государственной регистрации 77-77/015-77/015/012/2016-464/1.
2) Арест, Наложить арест. Установить запрет на проведение и регистрацию каких-либо сделок с имуществом, расположенным по адресу: г.Москва, ул.Мосфильмовская, вл.4, кад.№77:07:0006004:23, земельный участок, категория земель: земли населенных пунктов, разрешенное использование: эксплуатация здания для размещения научно-исследовательских и инженерно-технических служб ГП НИЦ «Атом», общая площадь 7445 кв.м., номер государственной регистрации 77-77-15/023/2013-243.

2. Учреждение. Назначение объекта: нежилое здание.
Площадь: 1630,8 кв.м.
Адрес: г.Москва, ул.Мосфильмовская, д.4
Кадастровый (или условный) номер: 77:07:0006004:1189.
Ограничение (обременение) права: 1) Запрещение сделок с имуществом, запрет на совершение регистрационных действий в отношении объекта недвижимого имущества, расположенного по адресу: г.Москва, ул.Мосфильмовская, д.4, кад.№77:07:0006004:1189, учреждение, назначение: нежилое, 2-этажный (подземных этажей — 1), общая площадь 1 630,8 кв.м., инв№519/5 (02117021). Номер государственной регистрации:77-77/015-77/015/012/2016-460/1.
2) Арест, Наложить арест. Установить запрет на проведение и регистрацию какихлибо сделок по отчуждению недвижимого имущества, расположенного по адресу: г.Москва, ул.Мосфильмовская, д.4, усл № 77-77-13/004/2008-862, учреждение, назначение: нежилое, 2-этажный (подземных этажей — 1), общая площадь 1 630,8 кв.м., инв№519/5 (02117021). Номер государственной регистрации:77-77-15/033/2012-329.

15. Победителем Аукциона признается участник, первым предложивший наиболее высокую цену за выставленное на аукцион Имущество.

16. Аукцион, в котором принял участие только один участник, признается несостоявшимся, по итогам такого Аукциона договор купли-продажи Имущества заключается с единственным участником Аукциона по начальной (стартовой) цене Имущества.

17. Ограничения на участие в аукционе нерезидентов Российской Федерации, а также резидентов Российской Федерации, имеющих в качестве учредителей (участников) и аффилированных лиц иностранных физических и юридических лиц: ограничения отсутствуют.

18. Организатор Аукциона вправе отказаться от проведения Аукциона. Извещение об отказе от проведения Аукциона может быть сделано не позднее, чем за 3 (Три) календарных дня до проведения Аукциона на сайте www.stroytech-rt.ru и в печатном издании.

19. Договор купли-продажи Имущества заключается Собственником с Победителем аукциона (Единственным участником) в течение 10 (десяти) календарных дней со дня подведения итогов аукциона .

ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС

ДИНАСТИЯ

SEZAR GROUP

РЕКЛАМА. АРХИТЕКТУРНЫЙ ПРОЕКТ

НОВЫЙ

АРХИТЕКТУРНЫЙ ПРОЕКТ
БИЗНЕС-КЛАССА