c | R | e
Коммерческая Недвижимость

№2 (401)
(2) Январь 2022
www.cre.ru

Сначала мы создаем здания, потом здания создают нас

Хорошо забытое новое

Алина Стрелкова:

«Картина мира для нас – инвесторов, собственников, УК, ретейлеров, рестораторов – изменилась кардинально, но, безусловно, не только и не столько за год»

10

Дума дала задний код

Власть и бизнес

19

Тема номера

34

Пока все дома

Актуально

59

А вас я попрошу остаться

Тренды

CRE
MOSCOW AWARDS 2022
21
апреля
2022 г.
МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ:
БАРВИХА LUXURY
VILLAGE
EXPANDING
YOUR
РАСШИРЯЯ СВОИ
ГОРИЗОНТЫ
HORIZONS
ЕЖЕГОДНАЯ ПРЕМИЯ В ОБЛАСТИ
XIX
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР
RAVEN RUSSIA

РЕКЛАМА

ЗАБРОНИРОВАТЬ
ЛУЧШИЕ МЕСТА:
499 490 04 79
ДОБ. 120 / 123 / 126

ПО ВОПРОСАМ
СПОНСОРСТВА:
985 217 28 68

ПОДРОБНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ:
WWW.CRE-AWARDS.RU

КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

ПАРТНЕРЫ

СПОНСОР СПЕЦИАЛЬНЫХ НАГРАД

СПОНСОРЫ НОМИНАЦИЙ

СПОНСОРЫ НОМИНАЦИЙ

НЕЗАВИСИМЫЙ КОНСУЛЬТАНТ

ИНФОРМАЦИЛННЫЕ ПАРТНЕРЫ

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ

Мир устал от ковида. От постоянных тревог и ограничений. От неопределенности. Вспомните, как в 2020-м мы все жили надеждой, что вот-вот ученые придумают вакцину и мы забудем про коронавирус, как про страшный сон. Однако уже и вакцин создано предостаточно, и протоколы лечения отлажены, и уже всем все понятно про социальное дистанцирование, а COVID-19 подкидывает нам все новые и новые вызовы.

Власти, признав неспособность решить проблему медицинским путем, вполне ожидаемо делают ставку на административные рычаги. Чем неминуемо навлекают на себя гнев как простого населения, так и бизнес-сообщества.

Германию накрыла волна протестов. Согласно статистике Федерального министерства внутренних дел ФРГ, число антиваксеров и их сторонников в стране стремительно растет. В Праге протестующие требуют прекратить дискриминацию граждан, отказывающихся прививаться от коронавируса.

Украинские бизнесмены начали протесты в ноябре 2020 года. Сначала они выступали против карантинных ограничений, позднее стали требовать отмены некоторых законодательных норм налоговой сферы. Дело дошло до потасовок с полицией и попыток прорваться в здание Рады.

В городе революций, в Санкт-Петербурге, тоже нашлись люди, готовые открыто выступить против политики ограничений. Сотни петербуржских ресторанов и баров объявили бойкот антиковидным мерам, в заведениях принципиально не проверяли QR-коды у клиентов. Ответ из Смольного не заставил себя ждать: СК начал масштабные проверки непокорных, в дом лидера «несогласных», ресторатора Александра Коновалова 28 января пришли с обысками.

Социальные психологи, такие как, например, профессор Оливер Декер из Лейпцигского университета, считают, что дело не в коронавирусе, истинная причина протестов до сих пор не вылезла наружу. Антивирусные ограничения являются лишь спусковым крючком для недовольства. Люди протестуют на самом деле против… изменившегося мира. За возвращение в то недалекое прошлое, когда в бар можно было зайти, когда тебе этого захотелось, когда можно было открыть магазин во вчерашнем сарае, украсить его гирляндами шаров и надписью «Мы открылись» и спокойно подсчитывать барыши. Когда трава была зеленее, а правила игры были прозрачными и устоявшимися…

Возможно, так оно и есть. Это не мы протестуем, а наше вчера протестует в нас.

Но, хотим мы того или не хотим, фарш невозможно провернуть назад. И нам придется адаптироваться и к новой реальности, и к новым запросам, и к непоследовательному (если не сказать хлеще) регулированию. И когда-нибудь новый мир станет привычным. А то, что сегодня является «новым словом» в коммерческой недвижимости, станет старой доброй классикой, право на существование которой будут отстаивать новые бузотеры. А пока будущая классика рождается на наших глазах.

Будьте здоровы!

Михаил Аносов,
главный редактор CRE
m.anosov@presskom.net

Надежное звено логистической цепи

RAVEN RUSSIA

Реклама

Raven Russia
Москва, Россия
Тел.: +7 (495) 644 44 48
www.rrpa.ru

Генеральный партнер Премии CRE Moscow Awards 2022

2 (401)
15.01.–01.02.2022

Скачайте приложение

Для iOS Для Android

Над номером работали

Главный редактор: **Михаил Аносов**
Литературный редактор: **Елена Селиверстова**
Корреспонденты: **Екатерина Реуцкая, Влад Лория, Алина Арсенина**
Дизайнер-верстальщик: **Алла Тюрина**
Дизайн обложки: **Алексей Важенин**
Отдел производства: **Алексей Кошелев**
Разработка дизайн-макета: **lineup.design**
Фотография на обложке: **архив CRE**

По вопросам размещения рекламы:
Алена Мужикян
(коммерческий директор)

salecre@presskom.net

+7 (499) 490-04-79

ИЗДАТЕЛЬ ООО «ПРЕССКОМ»

Информация о распространении

Commercial Real Estate/«Коммерческая Недвижимость»
Издатель – ООО «Пресском»
Выход в свет – 31.01.2022
Свободная цена

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов. Перепечатка материалов журнала разрешается с обязательной ссылкой на CRE и автора публикации. Воспроизведение в сети интернет должно сопровождаться, кроме того, активной гиперссылкой на сайт издания www.cre.ru.

Издание зарегистрировано Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-65673.

Журнал Commercial Real Estate/«Коммерческая Недвижимость» можно найти более чем в 200 бизнес-центрах классов А и В Москвы и Санкт-Петербурга, в крупных агентствах недвижимости, а также в девелоперских и управляющих компаниях, банках и финансовых компаниях, в инвестиционных, консалтинговых, инжиниринговых, сервисных и логистических компаниях. Мы распространяем наше издание на всех крупных профильных выставках и мероприятиях Москвы и Санкт-Петербурга.

Адрес издательства

117105, Москва, Варшавское шоссе, д. 1, корп. 5
Телефон: +7 (499) 490 04 79
E-mail: info@cre.ru, www.cre.ru

Электронная почта

Для пресс-релизов: **news@cre.ru**
Размещение рекламы: **salecre@presskom.net**
По иным вопросам: **info@presskom.net**

Узнайте планы своих клиентов,
чтобы эффективно
спланировать свой год!
You have
to know their plans
to make yours
08
ФЕВРАЛЯ
Реклама
ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ CRE
WHAT IS
THE PLAN
2022?
ПЛАНЫ В КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ 2022
• КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ РАССКАЖУТ О СВОИХ ПЛАНАХ
• УЗНАЙТЕ ПЛАНЫ СВОИХ КЛИЕНТОВ, ЧТОБЫ ЭФФЕКТИВНО СПЛАНИРОВАТЬ СВОЙ ГОД!
РЕГИСТРАЦИЯ
Подписывайтесь на наш Telegram канал
@CRERussia
ПАРТНЕРЫ
STONE HEDGE
SPECTRUM
ОРГАНИЗАТОР
ПРИ ПОДДЕРЖКЕ

10 Власть и бизнес

Дума дала задний код

Хотя «закон о кюарах» сняли с повестки дня, бизнес не ждет ослабления «цифровой дифференциации»

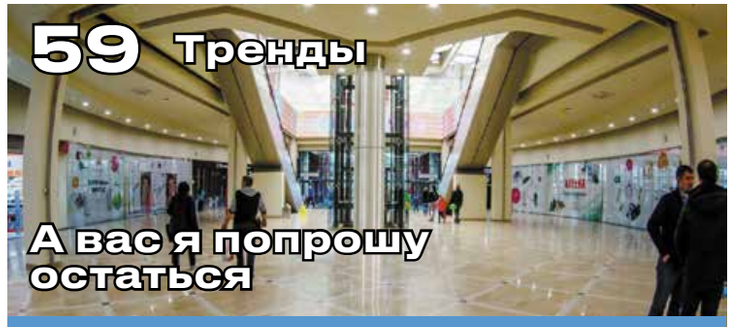
47 Законодательство

Не единым законом

19 Тема номера

Хорошо забытое новое

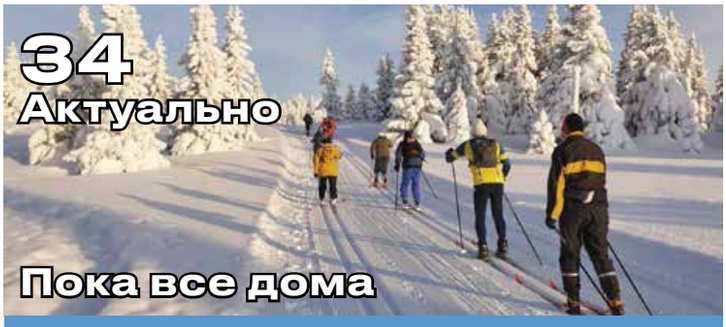
Почему офлайн становится новой роскошью



59 Тренды

А вас я попрошу остаться

Торговые центры стараются не отпускать даже самых слабых арендаторов



34 Актуально

Пока все дома

Новогодние каникулы россияне провели в своих квартирах или путешествовали по стране

67 РЕ

Fjord City

Осло, Норвегия

EXPANDING YOUR HORIZONS

РАСШИРЯЯ СВОИ ГОРИЗОНТЫ

43

В новой рубрике мы решили представить вашему вниманию проекты, заявленные к участию в CRE Awards

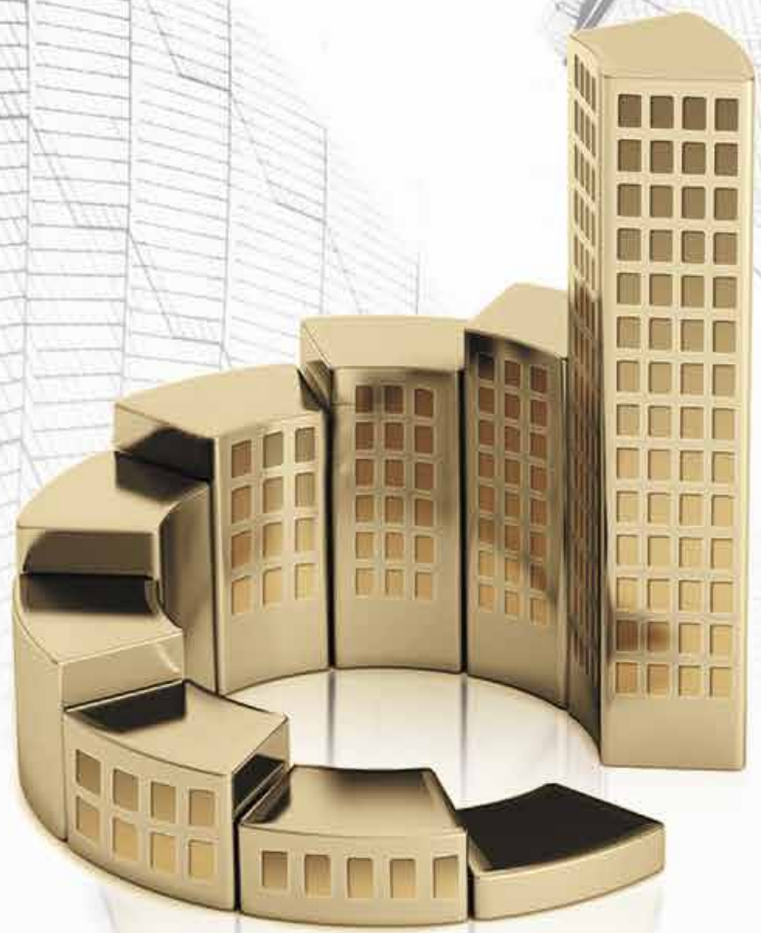
Реклама

XV

PROPERTY & FACILITY MANAGEMENT CONGRESS

« LEADING THE CHANGE »

01 МАРТА 2022 ГОД



ЕЖЕГОДНАЯ ВСТРЕЧА ПРОФЕССИОНАЛОВ РЫНКА,
РАБОТАЮЩИХ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКСПЛУАТАЦИИ НЕДВИЖИМОСТИ

Регистрация

Подписывайтесь
на наш
Telegram канал
@CRERussia

ПАРТНЕРЫ

ZEPPELIN

Radius GROUP

ОРГАНИЗАТОР

c|R|e event

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ

c|R|e

cre RETAIL

c|R|e RU

Дума дала задний код

Хотя «закон о кюарах» сняли с повестки дня, бизнес не ждет ослабления «цифровой дифференциации»

Совет Госдумы единогласно поддержал снятие с рассмотрения законопроекта о введении сертификатов с QR-кодами о вакцинации для посещения общественных мест. Однако за губернаторами пока сохраняется право вводить «точечные ограничения» в зависимости от эпидемиологической ситуации. В итоге в нескольких российских регионах, в том числе в Петербурге, весь январь набирали силу «антикюаровые» предпринимательские движения и протесты клиентов в соцсетях.

Текст: Евгений Арсенин
Фото: Архив CRE, пресс-служба Госдумы, ТАСС

Так называемый «закон о кюарах» был внесен в Госдуму 12 ноября – в первой редакции предполагалось, что предъявлять сертификаты о вакцинации от коронавируса с QR-кодами нужно будет во всех общественных местах, а также в поездах и самолетах. Однако впоследствии весь транспорт был исключен из законопроекта. Кроме того, авторы предлагали разрешить проход и по отрицательному ПЦР-тесту только жителям России с официальным медотводом от прививки.

Законопроект был одобрен в декабре в первом чтении, направлен в Совет Федерации, регионы и Кабинет министров для обсуждения, но 14 января правительство РФ выступило с инициативой отложить второе чтение: по словам вице-премьера Татьяны Голиковой, причина – «высокая неопределенность развития эпидемиологической ситуации» и «новые вызовы» на этом фоне.
«В России темы вакцинации в целом и QR-кодов в частности чрезмерно

политизированы и даже в какой-то мере – взрывоопасны: к сожалению, способность властей выстраивать корректную, аргументированную и последовательную коммуникацию с населением постоянно деградирует, – вздыхает **Виталий Можаровский, партнер, руководитель практики недвижимости и строительства в России Bryan Cave Leighton Paisner. –** Создается впечатление, что чиновники с их QR-кодами существуют сами по себе, в своей реальности, а обычная жизнь происходит параллельно. Эта ситуация подтверждает две старые истины: каковы бы ни были запреты и ограничения, они будут эффективно преодолены при наличии соответствующей мотивации. Вторая – особенно характерна для России: суровость законов компенсируется необязательностью их исполнения».

По данным SuperJob, ввод QR-кодов в январе не одобрял каждый второй россиянин: это на четверть больше, чем было в ноябре (52 и 42% соответственно). Причем в Санкт-Петербурге противников электронных сертификатов о вакцинации больше, чем в Москве и Новосибирске: 58, 49 и 47% соответственно. Нежелающие прививаться не стали бы этого делать даже в случае принятия закона о QR-кодах (68% опрошенных). Среди мест, куда допуск по QR-кодам все-таки необходим, россияне чаще всего называли массовые мероприятия (28%), самолеты (21%) и поезда (19%). Опасений же по поводу нового штамма коронавируса – омикрона – в обществе стало чуть больше: в декабре его боялись 9%, сегодня – 12%. «Безусловно, законодатель не хочет игнорировать настроения населения, – резюмирует **Андрей Крупский, член Совета Московского отделения ОПОРЫ России.** – Поскольку статистика заболеваемости не выглядит так же удручающе, как во многих других странах, федеральные власти учли мнения граждан. Однако, как обычно, все в “руках” статистики: если новые мутации вируса сильно увеличат заболеваемость, новая волна серьезных ограничений в стране неизбежна. Мнения и интересы бизнеса, скорее всего, будут носить вторичный характер, поскольку население интересует государство в первую очередь».

Колыбель и революция

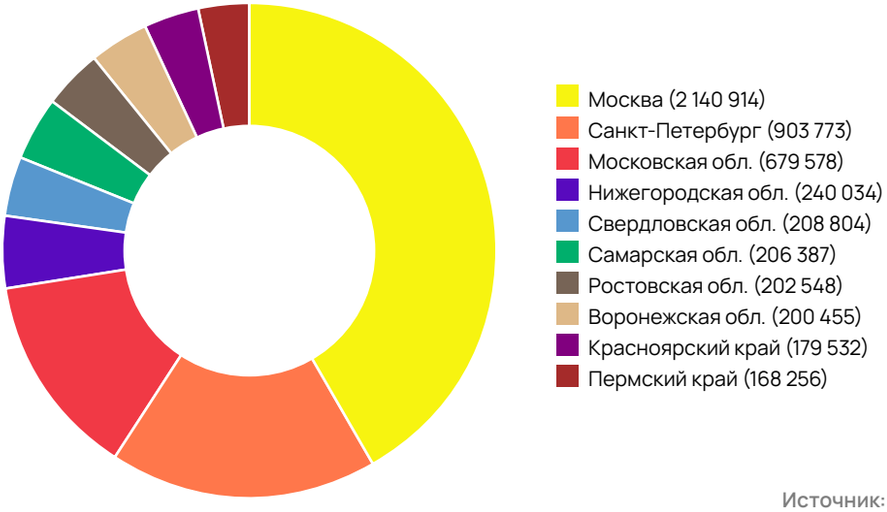
Пока же в нескольких российских регионах нарастают «антикюаровые» движения. Так, в Петербурге, где коды введены со 2 января, бизнес объединяется и отказывается проверять у посетителей коды, отмечая свои заведения табличками «Обслуживаем без кодов», «Ждем всех», «Мы против сегрегации» и «Нет цифровому концлагерю».

Виталий Можаровский
Bryan Cave Leighton Paisner

Одно из крупнейших движений неофициально возглавил бизнесмен и экс-сотрудник МВД Александр Коновалов, еще в 2020-м представивший обновляемую в режиме реального времени «карту сопротивления» баров (заведения, вопреки ограничениям, работали после 23 часов). На момент подписания номера в печать к движению присоединились более 200 предпринимателей из Петербурга, Москвы, Оренбурга, Ярославля и других

Андрей Крупский
ОПОРА России

Топ-10 регионов с бóльшим количеством заболевших коронавирусом COVID-19 в России



Источник:

городов, которые отказываются (или будут отказываться в случае введения) проверять QR-коды у клиентов, считают требования региональных властей, в отсутствие федерального закона, неправомерными и выступают «против цифровой дифференциации общества».

Иван Починщиков
IPG.Estate

Впрочем, гораздо больше, по словам собеседников CRE, в Петербурге тех бизнесменов, кто, не решившись на открытое противостояние со Смольным, просто «не замечают» коды или их отсутствие у клиентов. Тем более что к единому мнению о том, как именно и кому проверять сертификаты, чиновники пока не пришли. В итоге ряд торговых центров, например, переложили проверки на арендаторов: в молл можно попасть беспрепятственно, но на кассе магазина, при входе в салон красоты или ресторан код уже потребуется предъявить. Решение вызвало множество протестов со стороны ретейлеров и рестораторов, посчитавших, что девелоперы и управляющие компании таким образом «просто решили снять с себя весь негатив и перенести на тех, кто для них зарабатывает деньги». «Добровольное

Кирилл Степанов
MALLTECH Lab

введение допуска в ТЦ по QR-кодам, на мой взгляд, неэффективно – у каждого собственника свои правила, – считает **Иван Починщиков, управляющий партнер IPG.Estate**. – Получается ведь, что потенциально зараженный человек может беспрепятственно зайти в торговый комплекс и только на кассе конкретного магазина столкнется с просьбой предъявить код. На мой взгляд, правила нужно унифицировать. Это, конечно, скажется на посещаемости, но в погоне за снижением числа заболевших придется смириться».

Эксперт признает, что введение QR-кодов снижает покупательский поток – по его словам, «абсолютно немногие» имеют код-подтверждение о вакцинации или недавно перенесенной болезни. Правда, за счет подростков, от которых вакцинация не требуется, проходимость в ТЦ падает все-таки незначительно. Другое дело, что уязвимой оказывается конвертация в покупку, поскольку значительная часть именно платежеспособного населения игнорирует QR-реалии. В итоге несколько ретейлеров и рестораторов в Петербурге (например, сеть «Улыбка радуги») столкнулись с «антикюаровыми» протестами, бойкотом и травлей в соцсетях со стороны уже самих покупателей.
«В первые дни действия постановлений об ограничениях во всех регионах мы наблюдали несколько конфликтных ситуаций на входах в ТРЦ из-за того, что люди не хотели предъявлять QR-код сотрудникам охраны, – вспоминает **Кирилл Степанов, управляющий директор MALLTECH Lab. –** Но позднее гости во всех регионах привыкли к новому режиму работы ТРЦ, и конфликты были исчерпаны».

Однако пандемия остается главным фактором влияния на бизнес, в том числе на ретейл, указывает г-н Степанов: если в первом полугодии 2021 года рынок стал постепенно выходить на уровень 2019 года, то во второй половине года

трафик и товарооборот торговых центров снова упали. В первую очередь это связано как раз с серией ограничений – летом были вынуждены приостановить свою деятельность фуд-корты, а осенью началось повсеместное введение QR-кодов либо для входа в ТРЦ, либо для доступа к расположенным внутри торговых центров магазинам и сервисам.

Правда, к концу прошлого года трафик и товарооборот стали восстанавливаться – бизнес и потребители адаптируются к ограничениям, увеличивается уровень вакцинации, поясняет г-н Степанов, но локальные ограничения в регионах сдерживают полное восстановление. По оценкам ряда игроков, падение трафика для их бизнеса после введения доступа по QR-кодам составило от 40 до 70%, финансовые потери – до 80%. Например, Ассоциация операторов фитнес-индустрии после введения QR-кодов в фитнес-клубах Краснодарского края заявила о потере 40% выручки. «Ограничения, конечно, демотивируют население на потребление офлайн-услуг: неприятно идти в кинотеатр, если ты должен сидеть в маске, – соглашается Андрей Крупский. – Поэтому там, где существуют меры, безусловно, есть эффект в виде снижения выручки. Существующие меры, которые носят локальный характер, на мой взгляд, переданы региональным властям с тем, чтобы, с одной стороны, непопулярные решения абстрагировать от федеральных властей, с другой – чтобы регионалы могли учитывать возможности инфраструктуры по лечению». В случае же возможного возвращения к обсуждению федерального «кодового» закона для бизнеса он не принесет ничего хорошего, убежден Иван Починщиков – пока ситуация с темпами вакцинации не изменится. «Но, мне кажется, сейчас нужно бояться не введения “закона о кодах”, а распространения омикрона», – резюмирует эксперт. cRe

Кстати

Мужчины чаще женщин поддерживают идею о QR-кодах в общественном транспорте: 16% против 11%. Больше всего сторонников – среди россиян с доходом от 80 тыс. руб. в месяц (20%), а также вакцинированных от коронавируса граждан (также 20% против 2% среди антипрививочников).

Среди российских мегаполисов чаще всего введения QR-кодов в общественном транспорте хотят в Краснодаре (20%), Волгограде (18%) и Перми (17%). Меньше всего сторонников – в Челябинске (4%) и Екатеринбурге (6%). Однако во всех регионах большинство опрошенных против запретов.

Источник: SuperJob

Боитесь ли вы нового штамма коронавируса «омикрон»?»

Вариант ответа	Январь 2022	Декабрь 2021
Да	12%	9%
Нет	67%	67%
Затрудняюсь ответить	21%	24%

Источник: SuperJob

Вариант ответа	Все	Пол		Возраст, лет			Ежемесячный доход, руб.			Делали ли прививку от COVID-19	
		муж	жен	до 34	35—44	45 и старше	до 49 999	50000—79999	от 80000	да	нет
Да	12%	10%	15%	8%	13%	15%	13%	9%	13%	14%	8%
Нет	67%	72%	60%	68%	69%	62%	64%	72%	69%	64%	71%
Затрудняюсь ответить	21%	18%	25%	24%	18%	23%	23%	19%	18%	22%	21%

Источник: SuperJob

Госдума обсуждает законопроект о вводе QR-кодов.

Пожалуйста, отметьте, введение QR-кодов в каких учреждениях/местах вы одобряете?

(у респондентов была возможность указать необходимое количество вариантов ответа)

Вариант ответа	Все	Пол		Возраст, лет			Ежемесячный доход, руб.			Делали ли прививку от COVID-19	
		муж	жен	до 34	35—44	45 и старше	до 49999	50000—79999	от 80000	да	нет
В местах проведения массовых мероприятий	28%	28%	27%	26%	28%	30%	30%	25%	29%	35%	12%
В самолетах	21%	22%	18%	19%	20%	25%	23%	17%	26%	25%	11%
В поездах	19%	21%	17%	18%	19%	23%	21%	19%	23%	23%	10%
В организациях общественного питания	18%	18%	16%	15%	17%	20%	19%	14%	18%	22%	7%
В учреждениях культуры	17%	18%	16%	14%	18%	21%	16%	15%	22%	21%	8%
В непродовольственных магазинах	9%	10%	8%	6%	10%	11%	11%	8%	7%	12%	2%
Не одобряю введение QR-кодов	52%	52%	51%	51%	52%	50%	52%	55%	49%	41%	75%
Затрудняюсь ответить	15%	13%	18%	18%	15%	13%	14%	13%	14%	18%	8%

Источник: SuperJob

Вариант ответа	Все	Города				
		Москва	Санкт-Петербург	Екатеринбург	Новосибирск	Казань
В местах проведения массовых мероприятий	28%	28%	26%	27%	26%	23%
В самолетах	21%	23%	24%	19%	24%	16%
В поездах	19%	23%	23%	17%	22%	17%
В организациях общественного питания	18%	17%	20%	13%	16%	5%
В учреждениях культуры	17%	21%	19%	12%	12%	6%
В непродовольственных магазинах	9%	8%	14%	9%	12%	4%
Не одобряю введение QR-кодов	52%	49%	58%	55%	47%	56%
Затрудняюсь ответить	15%	18%	9%	12%	15%	17%

Источник: SuperJob

Январь 2022 года

«Госдума обсуждает законопроект о вводе QR-кодов.

Пожалуйста, отметьте, введение QR-кодов в каких учреждениях/местах вы одобряете?»

Ноябрь 2021 года

«В Госдуму передан законопроект о вводе QR-кодов.

Пожалуйста, отметьте, введение QR-кодов в каких учреждениях/местах вы одобряете?»

(у респондентов была возможность указать необходимое количество вариантов ответа)

Вариант ответа	Январь 2022	Ноябрь 2021
В местах проведения массовых мероприятий	28%	36%
В самолетах	21%	28%
В поездах	19%	26%
В организациях общественного питания	18%	25%
В учреждениях культуры	17%	23%
В непродовольственных магазинах	9%	16%
Не одобряю введение QR-кодов	52%	42%
Затрудняюсь ответить	15%	16%

Источник: SuperJob

Место проведения опроса: Россия, все округа.
Населенных пунктов: 203.
Время проведения: 12—13 января 2022 года.
Исследуемая совокупность: экономически активное население России старше 18 лет, не делавшее прививку от COVID-19.
Размер выборки: 1000 респондентов.

«Госдума обсуждает законопроект о вводе QR-кодов.

Пожалуйста, отметьте, введение QR-кодов в каких учреждениях/местах может подвигнуть вас сделать прививку?»

(у респондентов была возможность указать необходимое количество вариантов ответа)

Вариант ответа	Все	Пол	
		муж	жен
В самолетах	3%	3%	4%
В организациях общественного питания	2%	3%	1%
В местах проведения массовых мероприятий	2%	2%	4%
В поездах	2%	2%	1%
В непродовольственных магазинах	1%	2%	1%
В учреждениях культуры	1%	1%	3%
Планирую сделать прививку в любом случае	9%	7%	13%
Ни в каких: не буду делать прививку в любом случае	68%	76%	53%
Затрудняюсь ответить	16%	11%	26%

Источник: SuperJob

Январь 2022 года

«Госдума обсуждает законопроект о вводе QR-кодов.

Пожалуйста, отметьте, введение QR-кодов в каких учреждениях/местах может подвигнуть вас сделать прививку?»

Ноябрь 2021 года

«В Госдуму передан законопроект о вводе QR-кодов.

Пожалуйста, отметьте, введение QR-кодов в каких учреждениях/местах может подвигнуть вас сделать прививку?»

(у респондентов была возможность указать необходимое количество вариантов ответа)

Вариант ответа	Январь 2022	Ноябрь 2021
В самолетах	3%	5%
В организациях общественного питания	2%	2%
В местах проведения массовых мероприятий	2%	5%
В поездах	2%	3%
В непродовольственных магазинах	1%	1%
В учреждениях культуры	1%	2%
Планирую сделать прививку в любом случае	9%	10%
Ни в каких: не буду делать прививку в любом случае	68%	64%
Затрудняюсь ответить	16%	17%

Источник: SuperJob

«В общественном транспорте в Татарстане ввели систему QR-кодов (пользоваться им теперь могут только граждане, имеющие сертификат о прохождении вакцинации от коронавируса или медотвод от прививки).

Как вы считаете, нужно ли вводить систему QR-кодов в общественном транспорте вашего города?»

Город	Вариант ответа		
	Да, нужно	Нет, не нужно	Затрудняюсь ответить
Краснодар	20%	68%	12%
Волгоград	18%	65%	17%
Пермь	17%	67%	16%
Новосибирск	16%	70%	14%
Уфа	16%	74%	10%
Красноярск	15%	65%	20%
Москва	15%	74%	11%
Ростов-на-Дону	15%	65%	20%
Самара	15%	67%	18%
Санкт-Петербург	14%	75%	11%
Воронеж	13%	74%	13%
Нижний Новгород	12%	68%	20%
Омск	12%	64%	24%
Екатеринбург	6%	89%	5%
Челябинск	4%	83%	13%

Источник: SuperJob

CRE MOSCOW AWARDS 2022

ЗАБРОНИРОВАТЬ ЛУЧШИЕ МЕСТА
499 490 04 79
ДОБ. 120 / 123 / 126

ПО ВОПРОСАМ СПОНСОРСТВА
985 217 28 68

ПОДРОБНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
WWW.CRE-AWARDS.RU

21 апреля 2022 г.

БАРВИХА LUXURY VILLAGE

РЕКЛАМА

THE GREEN BRICK AWARD

Премия присуждается наиболее выдающимся объектам коммерческой недвижимости
за ответственное отношение к вопросам устойчивого развития
и применение зелёных технологий в строительстве и эксплуатации объектов

Подробная информация:
cre-awards.ru

ЕЖЕГОДНАЯ ПРЕМИЯ В ОБЛАСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

XIX

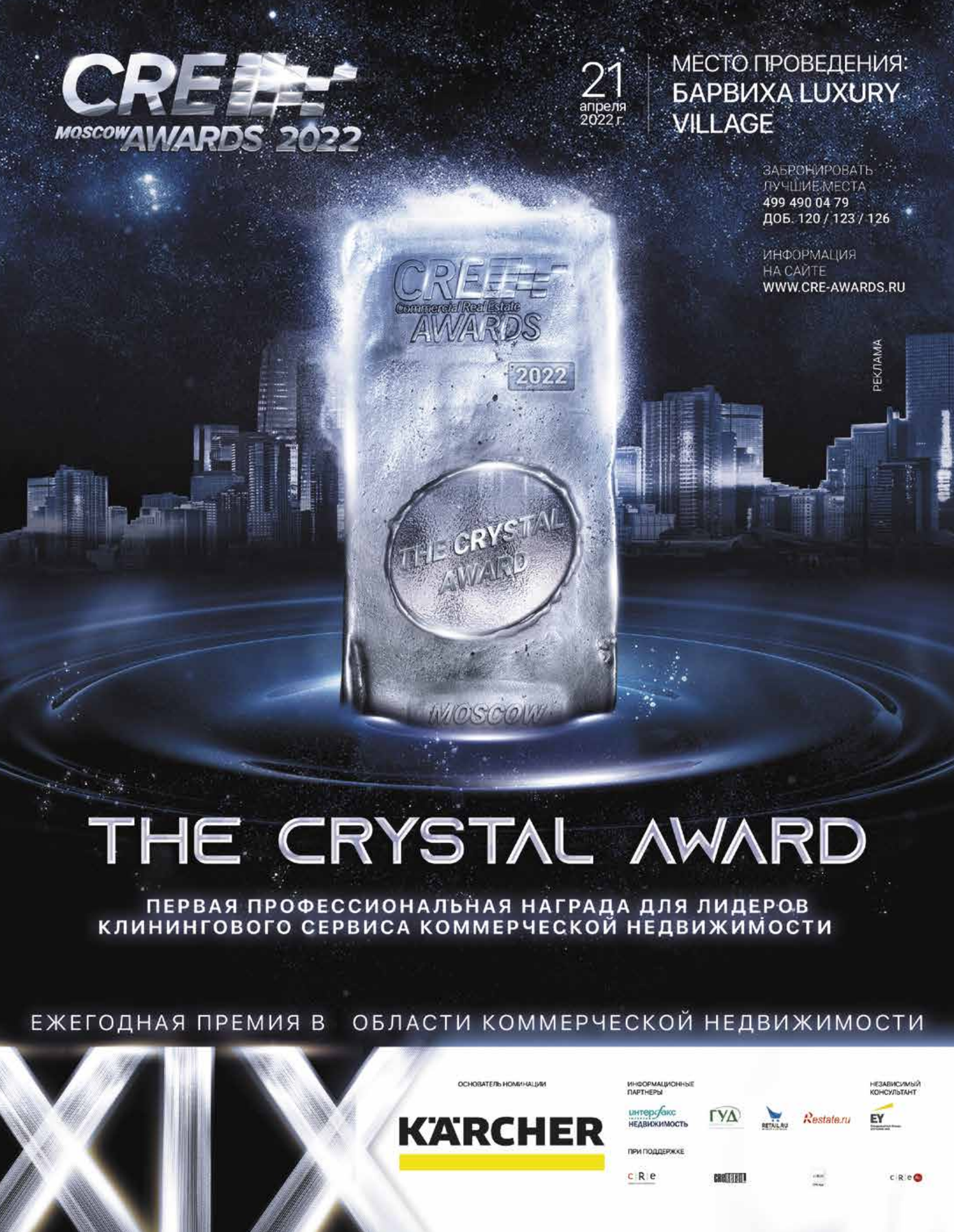
ОСНОВАТЕЛЬ НОМИНАЦИИ
RAVEN RUSSIA

СПОНСОР НОМИНАЦИИ
CBRE

НЕЗАВИСИМЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
EY

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР
интерфакс НЕДВИЖИМОСТЬ
ГУД
RETAIL.RU
Restate.ru

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
CRE
CRE RETAIL
CRE


CRE
MOSCOW AWARDS 2022
21 апреля 2022 г.
МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ:
БАРВИХА LUXURY VILLAGE
ЗАБРОНИРОВАТЬ ЛУЧШИЕ МЕСТА
499 490 04 79
ДОБ. 120 / 123 / 126
ИНФОРМАЦИЯ НА САЙТЕ
WWW.CRE-AWARDS.RU
РЕКЛАМА
CRE
Commercial Real Estate
AWARDS
2022
THE CRYSTAL AWARD
MOSCOW
THE CRYSTAL AWARD
ПЕРВАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАГРАДА ДЛЯ ЛИДЕРОВ КЛИНИНГОВОГО СЕРВИСА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ
ЕЖЕГОДНАЯ ПРЕМИЯ В ОБЛАСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ
ОСНОВАТЕЛЬ НОМИНАЦИИ
KÄRCHER
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ
интерфакс НЕДВИЖИМОСТЬ
ГУД
RETAIL.RU
Restate.ru
НЕЗАВИСИМЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
EY
ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
cRe

«Одобряете ли вы ввод системы QR-кодов в общественном транспорте Татарстана (пользоваться им теперь могут только граждане, имеющие сертификат о прохождении вакцинации от коронавируса или медотвод от прививки)?»

Вариант ответа	Кол-во респ.
Да	20%
Нет	63%
Затрудняюсь ответить	17%

Источник: SuperJob

Место проведения опроса: Россия, все округа (исключая Республику Татарстан).
Населенных пунктов: 399.
Время проведения: 22–24 ноября 2021 года.
Исследуемая совокупность: экономически активное население России (исключая Республику Татарстан) старше 18 лет.
Размер выборки: 1600 респондентов.

«В общественном транспорте в Татарстане ввели систему QR-кодов (пользоваться им теперь могут только граждане, имеющие сертификат о прохождении вакцинации от коронавируса или медотвод от прививки).

Как вы считаете, нужно ли вводить систему QR-кодов в общественном транспорте и в вашем регионе?»

Вариант ответа	Все	Пол		Возраст, лет				Ежемесячный доход, руб.			
		муж	жен	до 24	25–34	35–44	45 и старше	до 29999	30000–49999	50000–79999	от 80000
Да, нужно	14%	16%	11%	11%	13%	11%	17%	12%	15%	11%	20%
Нет, не нужно	65%	65%	66%	62%	65%	70%	64%	65%	63%	70%	62%
Затрудняюсь ответить	21%	19%	23%	27%	22%	19%	19%	23%	22%	19%	18%

Источник: SuperJob

Вариант ответа	Все	Делали ли прививку от COVID-19	
		да	нет
Да, нужно	14%	20%	2%
Нет, не нужно	65%	54%	86%
Затрудняюсь ответить	21%	26%	12%

Источник: SuperJob

Место проведения опроса: гг. Волгоград, Воронеж, Екатеринбург, Казань, Краснодар, Красноярск, Москва, Нижний Новгород, Новосибирск, Омск, Пермь, Ростов-на-Дону, Самара, Санкт-Петербург, Уфа, Челябинск.
Время проведения: 22–24 ноября 2021 года.
Исследуемая совокупность: экономически активное население городов-миллионников старше 18 лет, имеющее постоянную работу.
Размер выборки: 10 000 респондентов – по 1500 респондентов из Москвы и Санкт-Петербурга, по 500 респондентов из других городов-миллионников.

Хорошо забытое новое

Почему офлайн становится новой роскошью

Текст: Максим Барабаш
Фото: Архив CRE

Главным итогом 2021-го и трендом ближайших лет для рынка коммерческой недвижимости, ретейла, индустрии гостеприимства и развлечений названа растущая ценность офлайна как «новой роскоши во всем» – от «настоящих» магазинов и кинотеатров до офисов без «удаленки». Эксперты CRE – о том, почему массовые покупки и сервисы продолжат уходить в сеть, а качественный клиентский опыт будет стоить все дороже и останется только в среднем и выше среднего сегментах.

В 2021 году общее влияние пандемии на рынок недвижимости все-таки снизилось, считает **Наталья Якименко, генеральный директор Lynks Property Management,** а некоторые направления (например, складские и жилые проекты) переживали настоящий бум. Однако доходность таких лотов могла быть гораздо выше, если бы не существенный рост стоимости материалов и оборудования (свыше 50%), а также удорожание работ и механизмов (на уровне 30%). В итоге для рынка торговой недвижимости 2021 год был достаточно сложным и неоднозначным – здесь практически весь год эксперты наблюдали качели: постепенный рост трафика и товарооборотов сменялся вводом различных ограничительных мер со всеми вытекающими последствиями стагнации и спадом потребительской уверенности.

В ожидании закона

По итогам 2021 года трафик торговых центров продолжает быть низким, но – все же выше показателей 2020 года. При этом

из-за увеличения целевых визитов вырос уровень конверсии. Дальнейшая ситуация с «настоящими» магазинами, кинотеатрами, ресторанами и развлекательными проектами будет зависеть от «закона о ковидных кодах» – по словам Натальи Якименко, в случае ввода QR-кодов рынок ожидает сильное падение трафика и товарооборотов. «Кодовые» ограничения уже ударили по бизнесу в ряде регионов, например, в Петербурге, где со 2 января 2022 года начали действовать QR-коды для входа в рестораны и розничные магазины.

При этом основным трендом проектов, введенных в эксплуатацию в 2021 году, остается увеличение их размера: общая площадь открытых в прошлом году ТЦ в России за последние 5 лет стала максимальной. Это в большей степени характерно для региональных рынков, где на протяжении года были открыты самые масштабные проекты, уточняет Наталья Якименко, а особое внимание при строительстве уделяется общественным пространствам, местам общего пользования, вопросам благоустройства территорий. Значение сегмента F&B продолжает расти – несмотря на тяжелое положение данных отраслей, это именно тот формат, который еще привлекает посетителей в физические магазины.

Меняя направление

Наталья Якименко
Lynks Property Management

Действующие же моллы запланировали реконцепцию. «Это вполне ожидаемо: даже без вируса COVID-19 постоянно происходит переоценка ценностей и привычных паттернов потребления, которые складывались у нескольких поколений годами ранее, а сейчас наблюдаются как никогда быстрые трансформации, – поясняет г-жа Якименко. – Довольный клиент – одна из важнейших ценностей, которая должна всегда стоять на первом месте. Пандемия лишь еще раз доказала, что вещи, деньги или цифровые технологии никогда не смогут заменить живую коммуникацию, индивидуальный подход к клиенту, простое человеческое общение». «Картина мира для всех нас – инвесторов, собственников, управляющих компаний, ретейлеров, рестораторов – действительно изменилась кардинально, но, безусловно, не только и не столько за год, – соглашается **Алина Стрелкова, директор по коммерции и развитию Mall Management Group. –** Понимая, как всем набило оскомину многажды и многими сказанное про “пандемию как триггер давних тектонических сдвигов”, все-таки резюмирую: да, пандемия лишь закрепила то, что самые продвинутые игроки приближали на рынке, как могли.

Алина Стрелкова
Mall Management Group

Основные показатели рынка

Предложение	2020	2021	2022
Общая арендуемая площадь качественных торговых центров, кв. м	5 590 444	5 855 639	6 216 076
Объем качественных площадей в ТЦ на 1000 жителей, кв. м	441	463	491
Ввод новых площадей, кв. м	257 640	265 195	360 437
Количество качественных торговых центров	139	148	169

Источник: JLL

Строительство онлайн-империй и экосистем началось не два года назад, а гораздо раньше; про омниканальность в ретейле говорят 15 лет, а о важности клиентского опыта и сервиса – столько, сколько торгует мир. Конечно, рынок ожидал какого угодно черного лебедя, но не такого, и то, что в других реалиях заняло бы два-три года, произошло в итоге за несколько месяцев. Однако также стремительно, если вы вспомните, в обществе менялось и отношение к онлайну и "жизни по удаленке": от дикого восторга до усталости от жизни у монитора».

Оказалось, что покупки онлайн почти всегда лишены магии клиентского опыта и почти никогда не работают как шопинг-терапия, поясняет г-жа Стрелкова. Именно поэтому люксовые марки с самого появления интернет-шопинга были настроены к нему скептически и держали свои онлайн-магазины, скорее, как имиджевые проекты; некоторые и до сих пор принципиально ничего не продают в сети. Работа на «удаленке», если для нее в квартире нет отдельного кабинета, утомляет настолько, что кажется теперь круглосуточной, вздыхает Алина Стрелкова. Доставка из любимого ресторана вкусна, но, как ни крути, остается не обедом или ужином в хорошем месте, а «едой из лоточка». Кстати, многие рестораны так и не решились на доставку и работу на вынос, считая, что это убивает блюда. В итоге, как только были сняты ограничения, люди вернулись в моллы, в стрит-ретейл, рестораны, театры, кинотеатры и офисы. «Как после двух лет жизни в Zoom возвращается мода на старые-добрые телефонные звонки и встречи, так и после беспрецедентного роста онлайн-ретейла возникла мода на "настоящий" шопинг, – констатирует г-жа Стрелкова. – И если раньше онлайн-покупки были символом "продвинутости", то теперь, напротив, если у человека есть время на то, чтобы пойти в реальный, а не в онлайн-магазин, значит, у него все хорошо. Как минимум, он не пашет с утра до ночи, хорошо зарабатывает, и вообще с балансом жизни и работы все отлично».

Живущие в сети

Вопреки опасениям, онлайн и «классический» шопинг продолжают жить в мире и согласии, считает Наталья Якименко. Торговые центры, по ее словам, остаются каналом продвижения e-commerce, выступая в качестве центров формирования уникального клиентского опыта и мест демонстрации сильных сторон бренда. «Как ни странно, но полный уход клиента из офлайн-мира даже для онлайн-операторов является не очень выгодной историей, – уточняет она. – Условно выбирая дом

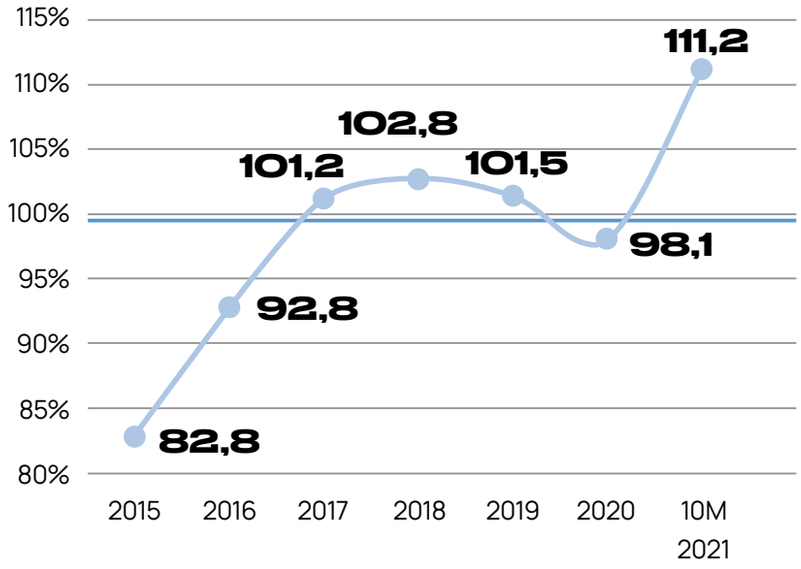
Варвара Афанасьева,
бренд-менеджер Lush Russia:

– Стремление организовать в офлайн-магазинах особые зоны, придумать уникальные активности появилось в ретейле уже несколько лет назад. С развитием же онлайн-торговли во время пандемии это явление стало еще заметнее. Если онлайн-шопинг – это средство экономии времени, возможность продолжать делать покупки во время локдауна, то посещение магазинов – зачастую источник уникального покупательского опыта, живое взаимодействие с брендом, приятное времяпровождение. Так, весной 2020 года мы открыли в нашем флагмане на Тверской парфюмерную библиотеку – пространство, где можно купить или просто полистать книгу о парфюмерии (ассортимент книг формируется с участием британской команды Lush, мы привозим редкие зарубежные книги по тематике парфюмерии), познакомиться с ароматами, которые представлены только здесь. Плюс, в нашем случае, например, большую роль играет специфика самого товара: до тех пор, пока в онлайн не появится возможность передавать запах и тактильные ощущения, косметика останется товаром, для которого офлайн-торговля будет если и не самым главным, то очень важным элементом торговли.

единственным местом пребывания, человек лишается ведь огромного количества ценностей. В итоге его потребности в одежде, аксессуарах или чем-либо еще становятся минимальными. И очевидно, сегодня основная задача управляющих компаний – создать предпосылки для совместного развития и синергии офлайн с онлайн». «Существенная разница» между онлайн-торговлей/питанием и их офлайн-аналогами вообще временна, убеждена **Наталья Круглова, руководитель департамента продаж, советник генерального директора РАД**. Эксперт сравнивает ситуацию с ценами на такси во время прихода агрегаторов, которые какое-то время в Москве были ниже себестоимости, а потом все операторы существенно их подняли, когда лояльность аудитории и поведенческая привычка были сформированы.

То же самое, по ее словам, произойдет в сегменте онлайн-торговли, построенной на преимуществах дешевой логистики: во-первых, онлайн тоже не откажется от дополнительной прибыли, во-вторых, издержки на доставку будут расти, соответственно, через некоторое время разница в цене между онлайном и офлайном может оказаться небольшой, а то и обратной. Пока же пандемия обострила тенденции, которые уже имели место, предложив альтернативу в виде удобных онлайн-решений. «Это позволяет экономить время и деньги, поэтому да, можно сказать, что “роскошью” стала возможность вообще “выйти в свет” на шопинг, в кино или в театр, – перечисляет г-жа Круглова. – Во многом – и об этом говорят разные экономисты – пандемия улучшила жизнь интроверту. С развлечениями и сферой услуг в целом варианта два – или приходится базовый сервис насыщать диджитальными решениями, или, наоборот, максимально отстраиваться от конкурентов за счет “человеческого” лица бизнеса. Оба варианта, как мы видим, жизнеспособны, и, вероятно, эта тенденция продолжит нарастать».

Динамика розничного товарооборота Москвы, в сопоставимых ценах, % к соответствующему периоду предыдущего года, 2015–10М 2021*



Источники: Colliers, Mosstat.gks.ru

Сам себе господин, сам себе слуга

Людей, которые сейчас покупают в офлайн-магазинах, **Кира и Рубен Канаян, Kanayan Retail&Development Consulting,** предлагают разделить на две группы. Первая группа действительно отправляется в магазины и моллы не просто за товарами, а за комплексом впечатлений: прогуляться в приятном месте, посмотреть, как на выставке, удивляться, переживать и волноваться и в конце получить свой «приз» – ту вещь, которая подходит именно тебе. А для второй группы, по их словам, «реальный шопинг» – просто «тупое добывание» товара и его физическое перемещение домой собственными силами. «Что такое самообслуживание? – поясняют эксперты. – Сам себе слуга». У богатых есть слуги, у бедных нет, вот и все. Низший уровень – сам выбирай, набирай, фасуй в пакеты, сам тащи, сам же пробивай на кассе, сам грузи и вези. Средний уровень – слуги есть, но не люди, а роботы. С ним получишь некую «базовую» помощь, но не всю и не всегда. В общем, если у тебя мало денег – твоими слугами будут роботы

Наталья Круглова
РАД

Кира и Рубен Канаян
Kanayan Retail&Development Consulting

или слуг у тебя вообще не будет. А если ты хочешь жить в роскоши (или хотя бы в зоне комфорта), тогда будет человеческий сервис, атмосфера и все прочее».

Аналогично с «реальным местом» в целом, продолжают Кира и Рубен Канаян: у бедных персонального пространства мало и становится все меньше с учетом тенденции к сокращению площади квартир в новостройках. Поэтому за место надо платить: хочешь обедать или пить кофе с комфортом, а не сидя на кровати и не за единственным столом, который попеременно обеденный, рабочий, туалетный и пеленальный? Иди в кафе. Нет кладовки, шкафа, большого холодильника для хранения запаса продуктов на неделю? Заказывай каждый день, ходи в магазин у дома или опять же в кафе – в зависимости от того, что дешевле. Отправляясь в торговый или многофункциональный центр, покупатель сознательно оплачивает свой комфорт, хорошее настроение и приятные эмоции или свое сэкономленное личное время. «Атмосфера “реального места”, то есть магазина или торгового центра, – это совсем не роскошь, а нормальная ситуация, – резюмируют эксперты. – И глобально в будущем вполне вероятна модель, когда у человека будет своя минимальная “ячейка” с определенными функциями внутри (сон, гигиена, некоторые виды работы и что-то еще), а остальные функции будут вынесены в общественные пространства. Такие пространства должны быть красивыми, впечатляющими для всех, должны компенсировать массовому потребителю все те эмоции и ощущения, которых он не имеет в своей “ячейке”. Это касается всех пространств: торговых, культурных, спортивных, и рабочих пространств тоже! Но это уже другая реальность, пока она не сопоставима с арендным бизнесом сегодняшнего дня».

Хочется человеческого участия

Роскошью же уже в ближайшей перспективе станет любой сервис с участием людей, а особенно – квалифицированных и специально подготовленных сотрудников, прогнозируют Кира и Рубен Канаян. «Когда с тобой поговорят, ответят на все вопросы, обслужат персонально, проявят внимание и участие, сделают комплимент, – поясняют они. – У каждого покупателя ведь была, есть и будет своя матрица, по которой он выбирает место покупок: быстрота, удобство, цена, характеристики самого товара, эмоции. Просто сейчас в этой матрице немного сместились акценты. На первый план выходит совокупный фактор “удобство + цена” – это рациональность покупателя. Он может в разных случаях покупать и онлайн, и офлайн, в зависимости от того, кто из торговцев даст лучшее предложение в конкретной ситуации.

Точно так же «человеческий» и персонализированный сервис не привязан к форме торговли, а исключительно к конкретной компании. Обычно в магазине хороший сервис либо есть, либо его нет: ни в офлайн, ни в онлайн. Например, в одной сети бытовой техники основные продажи идут онлайн, но при этом у покупателя есть персональный менеджер, очень милый человек, который звонит, пишет, консультирует и следит за заказом. Покупатель тратит минимум своих сил и времени, чувствует, что его реально обслужили. А в другой сети и через сайт нормально не свяжешься, и по телефону десять раз пообщаешься с тупыми ботами и ничего не узнаешь. И в самом магазине продавцов не дозовешься, они не могут нормально проконсультировать или решить проблему».

Кстати

Восстановления трафика ТЦ в России до докризисного уровня можно ожидать не ранее II полугодия 2022 года, а по некоторым сегментам, например развлекательным центрам и кинотеатрам, – не ранее конца 2022 года.

Источник: Knight Frank

У онлайн-торговли до сих пор не получилось массово организовать быстрые доставки и не удалось достичь нужного уровня качества, констатирует **Екатерина Трушлякова, директор департамента торговой недвижимости PPF Real Estate Russia.** В итоге покупатель уже пришел к выводу, что часто проще самому приехать и посмотреть товар, чем ждать, пока его привезут. Люди вообще по-прежнему готовы приходить в торговые центры, а единственным сдерживающим фактом являются различные ограничительные меры, убеждена г-жа Трушлякова. Однако регулярные введения и отмены ограничений привели к тому, что многие посетители уже не помнят, закрыт ТЦ или открыт, есть ли ограничения на фуд-корте или в кинотеатре и нужен ли QR-код – люди остаются дома с тем, чтобы не тратить время на изучение актуальной ситуации с доступом в ТЦ, ведь на практике большая часть ограничений вводится внезапно.

Екатерина Трушлякова
PPF Real Estate Russia

Перестраиваемся на ходу

Торговые центры трансформируются, но, в любом случае, основная доля шопинга (а следовательно, и торгового оборота) по-прежнему будет приходиться на них,

Илья Кинжалов,
директор по развитию и маркетингу галереи «Назаров» (салон премиальной домашней электроники):

– В нашем сегменте (аудиовидеотехника и домашняя автоматизация) глобально ничего не изменилось: большинство товаров хочется послушать и посмотреть перед покупкой – наоборот, испытываем наплыв людей в комнаты прослушивания. Интернет-торговля у нас, безусловно, подросла, но за счет разной мелочевки (например, виниловых пластинок) или бюджетных решений, которые никто слушать не будет. Единственное, появились единичные клиенты, делающие дорогие покупки онлайн. Их можно пересчитать по пальцам одной руки, но они есть. С другой стороны, я уверен, что эти люди четко знают, что покупают, и ознакомились с продуктом где-то еще заранее. Но раньше таких дорогих покупок онлайн не было вообще.

При этом я не думаю, что в ближайшее время офлайн станет прерогативой «богатых». Те магазины, которые устанавливают офлайн-цены выше, чем в интернете, видимо, пытаются компенсировать свои издержки и отправить людей в интернет, потому как там для них продажа будет более выгодной. Мы же считаем, что покупатель должен покупать там, где ему удобно, и не пытаемся направлять своего клиента в нужном направлении за счет цены – она у нас везде будет одинаковой. Из необычного – появилась категория клиентов, которым удобно общаться не по телефону, а в чатах – это мы взяли на вооружение и активно используем на сайте.

Да, во время пандемии многие осознали для себя новую реальность – приходится сидеть дома, а делать-то особо нечего. Это дало взрывной рост в оснащении квартир и домов системами домашних развлечений: домашними кинотеатрами, кинозалами, караоке, стереосистемами и т.д. Здесь многие организовали у себя медийные комнаты, не уступающие VIP-залам современных кинотеатров.

Студии также поняли этот тренд, и теперь интервал между выходом фильма в реальном кинотеатре и появлением его онлайн составляет уже около месяца, тогда как раньше ждать приходилось до полугода. За реальными кинотеатрами остается выход новинок (все же пока фильмы появляются сначала именно там), особая атмосфера и т.д. Но мне кажется, что стоит студиям одновременно выпускать фильмы в кинотеатры и онлайн, как кинотеатры потихоньку уйдут со сцены как индустрия и останутся единицы – для ценителей.

Анализ рынка торговой недвижимости Москвы

Показатель, ед. измерения		2021 г. (оценка)	2020 г.	Изменение*
Общий объем предложения, млн кв. м	арендопригодная площадь (GLA)	**7,20**	**6,85**	**(+5,1%)**
Ввод в эксплуатацию, тыс. кв. м	арендопригодная площадь (GLA)	**353,2**	**261,6**	**(+35,0%)**
Доля вакантных площадей на конец года, %		15,0%	11,8%	**(+3,2 п. п.)**
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, кв. м/1 000 жителей		569**	532	**(+7,0%)**
Новые иностранные бренды		14	13	**(+7,7%)**

* Изменение по сравнению с показателем IV квартала 2020 года.
** С учетом пересмотра оценки численности постоянного населения г. Москвы на 1 января 2021 года.

Источник: Knight Frank Research, 2021

Евгения Хакбердиева
Knight Frank

поддерживает **Евгения Хакбердиева, региональный директор департамента торговой недвижимости компании Knight Frank.** Правда, состав арендаторов может и будет меняться. «Современного потребителя также интересует скорость: выбора, обслуживания, транзакции, – поясняет она. – Упрощение процесса покупки посредством гаджетов высвобождает денежные и временные ресурсы. “Настоящие” покупки в торговых центрах совершаются, только сейчас это происходит чаще в формате click and collect (заказать нужный товар можно на сайте ретейлера, а забрать и оценить в ближайшем физическом магазине). Потребитель готов направить остальное время на получение нематериальных благ – положительных эмоциональных впечатлений в ТЦ».

Однако моллы никогда не потеряют свою основную функцию – торговую, считает г-жа Хакбердиева, а появление новых уникальных концепций – лишь ответ девелоперов на изменившиеся запросы со стороны потребителей, которым уже не так интересно посещать торговый центр только для приобретения товаров. Покупки в офлайн-формате совершаются не только «богатыми» – все покупатели ценят время и скорость шопинга, границы между электронной коммерцией и физическими магазинами стираются, клиенты стали чаще прибегать к гибкому формату покупок (выбирают товар в «очном» формате, но покупают его уже через онлайн-платформы) и открывают новые способы покупок. Тренд расширяет функции оператора торгового центра, который теперь должен предоставлять физическое пространство ретейлерам и обеспечивать их виртуальную связь с потребителем. Новый диджитал-подход уже начали внедрять в торговые объекты Ingka Centres – например, «МЕГА» запустила собственный маркетплейс, а также ADG Group, в рамках которого было создано приложение для жителей ближайших районных центров компании. С помощью него можно зарегистрироваться на предстоящие мероприятия и быть в курсе всех событий, которые происходят в районном центре, а также обратиться к другим участникам сообщества – локальному комьюнити.

Дорого-богато

В PPF Real Estate Russia также не заметили структурного сдвига в поведении потребителей: офлайн все еще покупают абсолютно во всех ценовых и продуктовых

сегментах. «Но как потребитель товаров класса люкс могу подтвердить, что для меня посещение бутика или специализированного магазина – особая магия и отличное времяпрепровождение, – рассказывает **Михаил Гончаров, основатель сети ресторанов "Теремок". –** Я люблю посещать магазины одежды, книжные магазины, регулярно захожу посмотреть новинки в уникальный и большой магазин наушников Dr. Head. Мне нравится общаться с консультантами, брать в руки товар и видеть его вживую. Но подобный сервис вполне может быть реализован и для товаров и услуг средней ценовой категории. Как пример такого уникального двухэтажного концепт-стора приведу тот же Dr. Head на Новом Арбате. По-хорошему, за него должны были воевать лучшие торговые центры Москвы. И самое интересное, что вам с одинаковым уровнем сервиса предложат на выбор как 30 моделей наушников по цене от 2000 до 4000 рублей, так и по цене от 300.000 до 500.000 рублей, и все это в одном пространстве. На выдаче товара вы нальете себе бесплатный кофе из капсульной машинки и будете ждать на модном и удобном диванчике с электронной очередью – в общем, магазин сделан с любовью к делу и уважением ко всем покупателям».

Ключ не только к выживанию, но и к развитию ТЦ и ретейла – в том, чтобы человек получал не просто товар, считает Михаил Гончаров. Эксперт предлагает вспомнить знаменитую книгу «Экономика впечатлений»: «Мы прошли долгий путь – от продажи сырья к производству товаров и сервисной модели до экономики впечатлений. Раньше человеку было достаточно купить кофейные зерна в мешках. Позже – молотый кофе в брикетах. Несколько сотен лет назад стало принято пить кофе в ресторанах или кафе. Но сегодня нам этого мало. Мы хотим вместе с чашкой кофе получить незабываемые впечатления и готовы платить за это значительно больше».

Лучше меньше, да лучше

Именно люксовые бренды взяли на вооружение девиз «Покупай меньше, покупай лучше!», уточняет **Луиза Улановская, эксперт по разработке продукта, продажам и клиентскому опыту, преподаватель НИУ ВШЭ.** В нем – и дифференциация роскоши, и забота об экологии, и эксклюзивность предложений и впечатлений. «Высокий» сегмент усиливает позиции в физической рознице, поскольку потребление в этом сегменте означает не только непосредственное владение, но и весь опыт, связанный с процессом выбора и приобретения, поясняет эксперт. Просто хорошее обслуживание клиентов в люксе – минимально ожидаемый сервис, и никого на таком уровне уже не удержишь. В итоге люксовые бренды превращают флагманские магазины в художественные галереи, творческие и экспериментальные центры и инновационные лаборатории, которые позволяют создавать эмоции через иммерсивный опыт. Главное, чтобы такой опыт в дорогом сегменте был уникальным и предоставлялся дифференцированно.

Михаил Гончаров
«Теремок»

Луиза Улановская
НИУ ВШЭ

Для розничных продаж традиционные магазины вообще остаются одной из ключевых точек касания с потребителем, в которой они могут либо усилить, либо разрушить омниканальное воздействие. И поскольку потребители все больше времени проводят за выбором и анализом товаров в интернете, то именно приходя

Трафик в торговых центрах к концу года почти везде вернулся к допандемийному периоду. В период длинных каникул наибольший рост посещаемости отмечался в тех регионах, где не вводилось жестких ограничений.

Источник: РСТЦ

в традиционный магазин, ожидают встретить больший и лучший опыт, чем в онлайн. «Если обычные магазины не будут создавать новый опыт, то тогда какой смысл вставать с дивана и отрываться от гаджетов? – продолжает г-жа Улановская. – Более того, товары в онлайне стоят дешевле и их выбор больше. Массовый сегмент рано или поздно перейдет в онлайн за удобством и ценой, а вот физическая розница, вполне возможно, останется прерогативой люксовых брендов, так же, как индивидуальный пошив костюма с идеальной посадкой по фигуре вместо усредненных лекал, пошив обуви по своим меркам вместо универсальной колодки, как индивидуальные занятия с преподавателем вместо онлайн-школ».

Например, в лондонском Selfridges есть консьерж-служба с салоном красоты и дегустациями вин и даже уроки скейтборда в Selfridges Skate Bowl.

Harrods в лондонском районе Найтсбридж в июле этого года предложил новую концепцию салона красоты для своих посетительниц; также там появилась выставка скульптур Лоренцо Куинна, которая стала частью pop-up-концепции Halcyon Gallery в универмаге. Знаменитые американские универмаги Saks, например на Брукфилд-плейс или Пятой Авеню, создали новое пространство

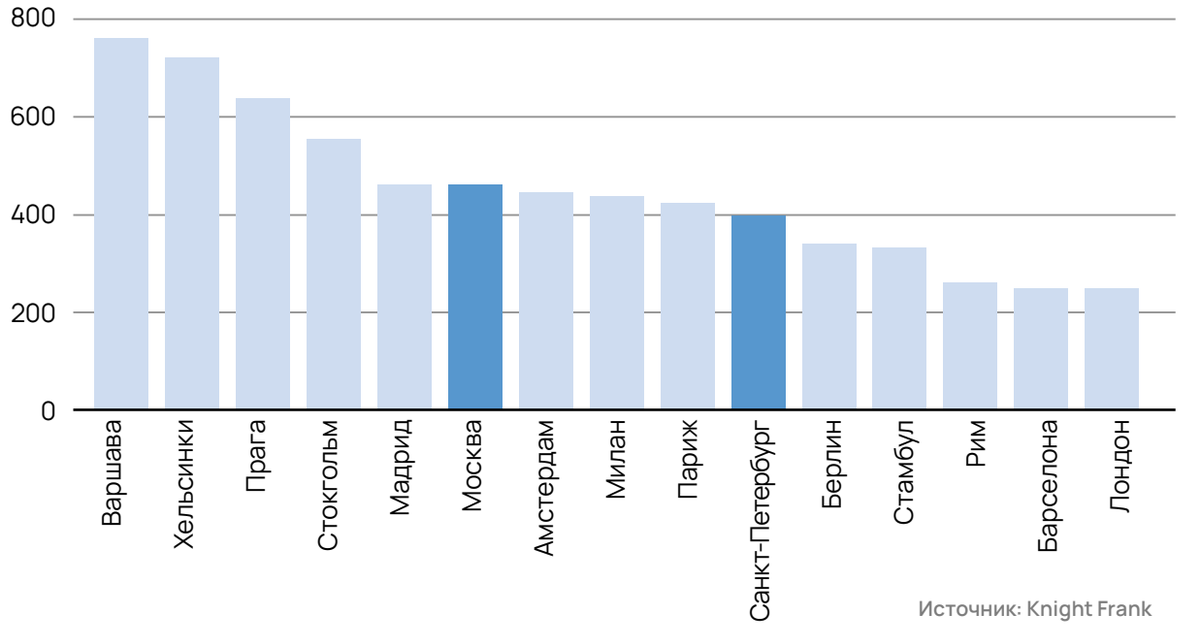
Валентина Антоненко,
заместитель директора по маркетингу сети магазинов отделочных и декоративных материалов Manders:

– В интерьерах сетевых масс-маркет-магазинов широко используется стиль high-tech, но – он будет «недорогим» и изобилующим блестящими деталями. Это значит – много фольгированных поверхностей и темных оттенков, на фоне которых продукция выглядит более выигрышно и ярко. Поскольку арендная плата сейчас достаточно высокая, стены часто декорируют зеркалами, чтобы зрительно расширить пространство. Активно используются кожзаменители и виниловые обои.

В среднем ценовом сегменте превалирует тот же хай-тек, но в более «дорогом» варианте, большое внимание уделяется освещению и зонированию пространства, появляются зоны отдыха для посетителей. Стены чаще всего ярких светлых оттенков, на их фоне достоинства дорогого продукта становятся еще более явными. В магазинах более высокого ценового сегмента преобладают классический дизайн и арт-деко, богатые на симметричные, яркие, изогнутые детали и благородный блеск. Здесь изысканный свет, дорогие обивочные материалы, износостойкие ковровые покрытия с антивандальными свойствами, могут использоваться портьеры и применяться солнцезащитные системы. В магазинах одежды же о статусе свидетельствует примерочная комната. В масс-маркете это дешевые портьерные ткани, которые легко пачкаются, собирают пыль и тактильно не очень приятны. Место для сидения – деревянное и предназначено только для сумки. В высоком ценовом сегменте в примерочных либо двери, либо приятные на ощупь, хорошо закрывающие пространство функциональные ткани. Места для сидения здесь обычно обиты тканью.

Вообще, более дешевый магазин с помощью отделочных материалов старается зрительно расширить пространство и сделать упор на яркость и привлекательность товара. В среднем и высоком ценовых сегментах внимание концентрируется на человеке, а также на фактурах товара. В подобных шоурумах света всегда будет больше, а для создания атмосферы широко используются интерьерные ароматы – свечи или диффузоры. Непременным атрибутом интерьера среднего или высокого ценового сегмента является посуда. Конечно, коронавирус внес свои коррективы, однако наличие стеклянных ваз, декора в виде цветов, сервированных зон, где можно выпить кофе, чай и воду, по-прежнему имеет большое значение.

Объем торговых площадей на 1000 жителей



Источник: Knight Frank

SaksWorks со стильными рабочими пространствами, учебными программами и семинарами, фитнес-центром с тренировками, помещениями для мероприятий и ресторанами для участников, которые вносят ежемесячную плату в 299 долларов или 49 долларов в день.

Парижский Galeries Lafayette на бульваре Осман расширил четвертый этаж до крупнейшего в Европе универмага обуви с 200 брендов, который спроектировал бельгийский архитектор Бернаром Дюбуа. На верхнем этаже магазина есть отдельная гардеробная с командой личных стилистов, уточняет Луиза Улановская. Летом Burberry открыла свой флагманский универмаг в том же районе Лондона, где 130 лет назад основатель бренда Томас Барберри открыл свой первый магазин. Стены там украшены панелями-ширмами – образуются отдельные зоны для консультаций стилистов. В следующем году бренд откроет другие флагманы в Шанхае, Париже и еще один – на Бонд-стрит в Лондоне.

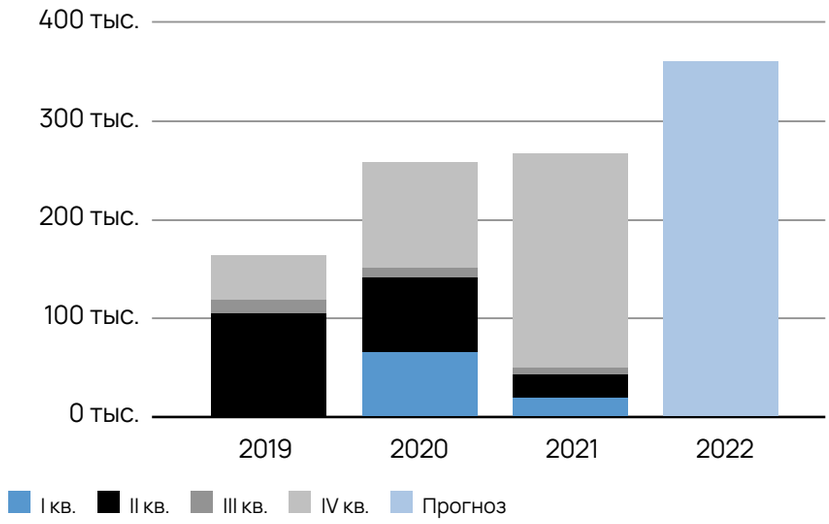
А флагман Nordstrom в Нью-Йорке недавно провел презентацию журнала и панельную дискуссию под руководством редакторов журнала Interview , когда избранные модники сидели, потягивая шампанское. Универмаг может похвастаться услугами консьержа, спа-салоном и бесплатными сеансами с персональным стилистом, которые можно предварительно забронировать онлайн. Ну а Atelier Beauté Chanel в Нью-Йорке предлагает убрать свои вещи в шкафчик с тем, чтобы отправиться в путешествие, изучать новые процедуры по уходу, тестировать ароматы вслепую, пробовать эффект новых косметических средств.

Разбежались по сегментам!

«Магазины офлайн останутся и будут всегда: дорогие, не очень дорогие и дискаунтеры, – резюмирует Алина Стрелкова. - Однако сегментация, безусловно, продолжится – это будет означать сокращение персонала, например, в магазинах-дискаунтерах в пользу онлайн-касс и, напротив, его увеличение для удобства клиента в магазинах от среднего плюс и выше. Как говорил владелец одного гастронома класса люкс, даже пакет молока нужно продать клиенту так, чтобы ему казалось, что он купил часы от Cartier. Только тот, кто понимает ценность клиентского опыта, правит ретейлом, а в сегодняшней ситуации – в принципе имеет шанс выжить».

На этом фоне в России будут кардинально изменяться и программы

Прогноз ввода торговых центров в Москве



Источник: JLL

Людмила Чистякова
M Team

лояльности – именно с осознанием игроками того факта, что если клиент потратил время и пришел в магазин или торговый центр, то все должно быть максимально выгодно и просто. Это значит – хороший подарок с покупкой, система один балл-один рубль, понятные накопительные скидочные программы и никаких «обнулений» бонусов, перечисляет Алина Стрелкова. Пока же многие программы лояльности скорее раздражают и разочаровывают клиентов, чем стимулируют прийти в магазин снова. «Мне очень хочется посмотреть хотя бы на одну новую программу лояльности за последний год, которая принесла ТРЦ повышенный интерес среди посетителей, – вздыхает **Людмила Чистякова, основатель маркетингового агентства M Team. –** Есть ЦУМ и ГУМ, со своей программой лояльности и своей ЦА, есть все остальные ТРЦ, которые стали похожи один на один. Желание ТРЦ за счет парковки или розыгрыша iPhone привязать потребителя к себе не работает, потому что так делают все. В итоге все решает локация. Чтобы привязать покупателя к ТРЦ и заставить его тратить время на дорогу, нужны более интересные предложения, чем имеющиеся на рынке».

Впечатлительные

Экономика впечатлений процветает, но требует все больше сил и мастерства от управляющих компаний. Специалистов же, делающих качественный маркетинг, в РФ мало, стоят они дорого, а вкладываться владельцы ТРЦ в них не хотят, делится Людмила Чистякова. «В России вообще очень любят прикрыть свой непрофессионализм и провал “общими апокалиптическими тенденциями”, – констатирует она. – Во всем мире ТРЦ живут нормально, попадают в новостные ленты, открывая уникальные проекты, вырабатывают стратегию, направленную на повышение посещаемости. А в РФ опять все плохо. Но у нашей страны нет особого пути или параллельной вселенной: офисы не перешли на “удаленку”, люди также ходят по ресторанам и играют в мяч два раза в неделю. Потребительский спрос поменялся, и если у вас упала прибыль, нужно искать новый продукт для своей ЦА, а не списывать все на внешние факторы. Мы можем испытывать временный кризис, давать интервью о быстро меняющемся мире, но в итоге все равно вернемся к “хлебу и зрелищам”. Все люди сейчас располагают огромным количеством свободного времени, большую часть повседневной работы за нас выполняют роботы. Поэтому как только ТРЦ перестанут экономить на специалистах и посмотрят внимательно на американские и европейские тенденции в развитии, то их площади вновь заполнятся людьми, тратящими свое время на покупки, развлечения и общение».

«То, что “просто моллы” канули в Лету, не сказал только ленивый, но я скажу больше: туда же отправились в принципе все объекты, в которых пытаются заработать на каждом квадратном сантиметре, – поддерживает Алина Стрелкова. – Светлое будущее ожидает только те торговые центры и магазины, у которых получится создавать новые городские пространства и модные места».

Интересное кино

Наиболее пострадавшими сегментами на рынке остаются детские развлечения, кинотеатры и образовательные проекты, перечисляет Наталья Якименко. Отрасли с трудом выжили в период пандемии и с трудом набирали обороты после открытия, большинство игроков даже к концу 2021 года не смогли прийти к показателям прибыли 2019 года. На ряде регионов негативно сказалась работа системы QR-кодов: посещаемость ТЦ упала более чем на 50%, а вместе с ней упали и выручки арендаторов, особенно у развлечений и кино, где падение достигло 70%. Все это, безусловно, отразилось и на долгосрочных планах операторов – развитие сокращено или приостановлено у 90% игроков.

Алина Стрелкова убеждена, что в итоге кинотеатры, как и театры, со временем «отстроятся» в позиционировании с тем, чтобы не смешиваться с онлайн-сервисами, которые продолжат развиваться и усиливать позиции на рынке, но уже для другого зрителя. «Офлайн-кинотеатры станут дороже, возможно, многие массовые проекты закроются, потому что культура “почти бесплатного” просмотра перейдет в сеть, а на рынке останутся кинотеатры сегмента “средний плюс” и выше, – поясняет она. – Допускаю, что оттуда уйдет даже продажа попкорна в пользу, например, возможности заказа к креслу еды, вина и кофе с ресторанной подачей. Схожая ситуация произойдет с выставочными пространствами и лекториями – да, все можно увидеть и услышать по сети, но увидеть и услышать иначе. За “настоящим” здесь, как и в случае с шопингом, будут идти в офлайн». «Я сам уже давно хожу только в кинотеатры, где могу заказать ресторанную еду к столику у своего кресла, – соглашается Михаил Гончаров. – Конечно, такая модель требует более серьезных вложений, и это пока – дорогие кинотеатры. Но это есть тот путь, который должны вместе пройти владельцы торговых центров и кинотеатров для создания нового клиентского опыта, экономики впечатлений. Если кормить несчастного зрителя кошмарным попкорном, в будущее мы таким путем точно не попадем».

Вместе весело смотреть

Алексей Бажин
«Иноекино»

Пока же фильмы в онлайн собирают в десятки раз меньшую кассу, чем офлайн, рассказывает **Алексей Бажин, основатель проекта «Иноекино».** «Все-таки людям необходимы большие впечатления, чувство сопричастности и коллективный опыт, а онлайн этого никогда не сможет дать на все 100%, даже в дополненной (meta) реальности, о которой сейчас так много говорят, – уверен он. – Последнее все мы наглядно наблюдаем на примере выхода крупных киноблокбастеров в кинотеатрах, которые сейчас показывают очень высокие цифры по миру – при том, что много где действуют разного рода ограничения. Человек не может постоянно существовать и вести деятельность

К сведению

Кафе, кофейни, бары, рестораны занимают самую большую долю стрит-ретейла:

- торговые коридоры центральных районов — **30%**;
- второстепенные — **43%**;
- основные торговые коридоры спальных районов — **13%**;
- пешеходные торговые коридоры — **54%**.

Источник: Knight Frank

в онлайне, и на этом тоже можно играть в бизнесе. Что касается кинопрокатной индустрии, то да, начали появляться конфликты между крупными сетями кинотеатров и онлайн-платформами. Но пока что слишком много передергиваний, много кредитов заливается в онлайн-рынок, который, очевидно, сильно перегрет, это пузырь. Лопнет он или нет, это мы узнаем через несколько лет. Но даже в 2022 году мы можем увидеть некое торможение, поскольку в 2021 году на рынках было слишком много свободных денег, практически все рынки сильно, порою неадекватно реальной стоимости, росли. Но уже сейчас банки начинают поднимать ставки, а инфляция достигла пиковых значений за долгие годы. Это все неизбежно отразится как на спросе, так и на предложении. Предполагаю, что последует некоторое охлаждение этой гонки захватов рынков, хотя обычный зритель этого может и не заметить».

Едим дома

Более 30% посетителей приходят в торговый центр из-за фуд-корта. Однако требования по социальному дистанцированию и потребительские изменения повлияли и на арендаторов общественного питания (экспрес-доставка, foodtech-компании), указывает Евгения Хакбердиева. Изменения потребительских привычек приводят к появлению новых форматов, что, в свою очередь, расширяет целевую аудиторию – в итоге классические фуд-корты все чаще сейчас переформатируются в концептуальные гастрономические проекты. В таких «нетипичных» ресторанах, где работают под одной крышей десятки корнеров с разными кухнями мира, нет очередей, потоки и посетители разделены стилистическими перегородками. Демократичные рестораны со средним чеком всего в 400–500 рублей уже сейчас предлагают интерьеры класса хороших ресторанов casual dining и вкусную еду, приготовленную не по фастфудным технологиям, развивается fast casual, соглашается Михаил Гончаров. По его словам, любой бренд, от малого до транснационального, может провести трансформацию бизнес-модели, товара и клиентского сервиса так, что он будет востребован и доступен в новой офлайн-экономике.

«Расскажу на примере “Теремка”: буквально 10 лет назад мы считали, что наша задача – дать покупателю блины, вкусные и доступные по цене, – вспоминает эксперт. – Но в какой-то момент, а именно с появлением хипстеров, как будто что-то сломалось. Пришло озарение, что этого мало, потребителю нужны комфортное восприятие пространства и любовь, и понимание бренда. Будучи крупным игроком, мы начали мощно вкладываться в создание образа доброй и заботливой компании, которая помогает российскому кино, предоставляет площадки для молодых блоггеров и многое другое. Мы приняли концепцию, что у сетевого бизнеса не обязательно должны быть рестораны, похожие друг на друга как цыплята-бройлеры, рестораны у нас теперь все разные. В общем, буквально за два года мы настолько мощно трансформировали бренд, что сами себя не узнали. И это сработало – мы увеличили оборот на 40% при росте количества точек на 10%».

Чек растет

Ирина Козина, директор направления стрит-ретейла Knight Frank, в свою очередь, отмечает в ресторанном сегменте Москвы рост среднего чека. Правда, связывает это не только с пандемией, а с увеличением цен на продукты, инфляцией и другими экономическими показателями. «Еда дорожает как в доставке, так и в ресторане, на фоне общего подорожания продуктов, – поддерживает Людмила Чистякова. – В России отлично растет пшеница, и отвратительно – корнеплоды. Нормальный фермер перестает высаживать не дающие прибыль культуры и переходит на востребованные. Меры, предлагаемые правительством для удешевления «борщевого набора», не работают. В итоге рестораны покупают дорогие овощи и продают дорогую еду».

При этом экспертные прогнозы говорят о двукратном росте рынка доставки продуктов уже к 2024 году. Высокое проникновение интернета, особенно мобильного, уже сформировало альтернативы всем существующим форматам офлайна, уточняет **Тимур Мяльдзин, директор по инвестиционной деятельности Master Delivery**: магазин/интернет-магазин/маркетплейс/дарк-стор; ресторан/кафе – агрегатор/дарк-китчен/собственное приложение. Все это указывает на то, что бренд будет узнаваться в онлайне, будет демонстрировать какие-либо стороны офлайн, но раскрываться полноценно для потребителя в онлайн-среде. «И если посмотреть на общую структуру потребления, то основная часть приемов пищи по-прежнему приходится на домашние/офисные условия, – продолжает эксперт. – С этой точки зрения доставка еды и продуктов является абсолютно комплиментарной технологией потребления, позволяющей экономить время как на походы в магазины и на рынки, так и на приготовление блюд. По данным исследования Hello Fresh среди 13 тыс. человек в 11 странах, 40% испытывают настоящий стресс при определении блюд для приготовления в домашних условиях. Усиленный пандемией

Тимур Мяльдзин
Master Delivery

тренд, на наш взгляд, не потеряет своей силы в долгосрочной перспективе, и доставка еды и продуктов будет пользоваться все большей популярностью».

Кто виноват?

Наталия Розенблюм
Knight Frank

Впрочем, по словам Людмилы Чистяковой, искать «виртуальные пути развития» бизнес также заставляет не столько пандемия, сколько нежелание арендодателей снижать арендные ставки. «Пройдемся по Арбату – огромное количество простаивающих площадей, – вздыхает она. – Из-за них владельцы теряют прибыль, принципиально не идя на уступки в арендной ставке, и соседи тоже теряют прибыль, поскольку гулять по полузакрытой улице неприятно потребителю. То же самое и с ТРЦ: в первый год пандемии, разорвав контракты с интересными и несетевыми проектами, набив площади одинаковыми арендаторами, они решили вопрос, заткнув дырки. Но – при этом не сделав свой проект уникальным».

Наталия Розенблюм, директор по гостиничному консалтингу Knight Frank, резюмирует: офлайн теперь – все-таки новая роскошь. «Да, гостиницы высокого уровня следят за технологиями и стараются внедрять инновации, что связано не столько с желанием сократить расходы, сколько с готовностью оставаться на уровне клиента, коммуницировать с ним на одном языке, предвосхищать его потребности, – рассказывает она. – В этом смысле гостиничные комплексы высокого класса остаются основоположниками трендов, устанавливают правила и уровень сервиса. Но отельный бизнес всегда был ориентирован на персональный подход “от человека к человеку” – это является дополнительной ценностью для посетителей. Конечно, в начале пандемии были серьезные опасения, что гостиничная отрасль не восстановится, поскольку люди будут реже встречаться, путешествовать и посещать крупные мероприятия. Однако они не оправдались: сейчас мы видим активный интерес к офлайн-конференциям, встречам, туризму». cRe

От редакции:

О том, как «новой роскошью» становятся офисы и качественные городские пространства, читайте в продолжении материала в ближайших номерах CRE.

Пока все дома

Новогодние каникулы россияне провели в своих квартирах или путешествовали по стране

До 80% жителей России остались на новогодние праздники дома или путешествовали по стране. При этом участники постканикулярных опросов по-прежнему называют соотношение «цена-качество» в большинстве регионов «ужасающим» и «генетически советским», уточняя, что при дальнейшем упрощении поездок за границу выберут зарубежье.

Текст: Алина Арсенина
Фото: Архив CRE, Марьяна Милеева

«Формально, на “бытовом” уровне я бы разделил зимой россиян на четыре категории, – размышляет **Валерий Трушин, руководитель отдела исследований и консалтинга IPG.Estate. –** В первой – традиционно отдыхающие в Куршевеле и на других европейских курортах (категория людей с достаточно высокими доходами, позволяющими не думать о возможных препятствиях для поездки). Во второй – отдавшие предпочтение поездке в Дубаи (где комфортная погода и лояльные антиковидные требования). В третьей – предпочитающие отдых на горнолыжных курортах России (Сочи, Хибины, Эльбрус, Шерегеш и проч.). Ну и в четвертой – те, кто остался дома или провел праздники на туристических базах и горнолыжных курортах Ленобласти».

Внутреннее дело

Регионы России только подводят итоги новогодних праздников, подсчитывая количество посетителей, среднюю загрузку гостиниц, а также разницу в стоимости отдыха между сезоном 2021–2022 и прошлым годом. Но уже сейчас понятно, что большая часть россиян остались дома (причем, до 80% россиян в буквальном смысле) или снова, как и в 2020 году, путешествовали

внутри страны, сообщает **Марина Усенко, партнер, департамент гостиничного бизнеса и туризма Cushman & Wakefield.** Это косвенно подтверждается данными метапоисковиков Aviasales и Tutu.ru, где до 90–95% всех бронирований перелетов производилось на внутрироссийских направлениях. Решение «остаться дома» было связано как с совпавшим по времени резким подъемом заболеваемости коронавирусной инфекцией за рубежом, где штамм «омикрон» вызвал очередную, уже шестую, «волну» в странах старой Европы (в результате чего многие государства ужесточали режимы перемещений), так и с одновременным спадом очередной волны заболеваний в России. К концу декабря количество новых заболевших снизилось почти вдвое, до 21 тыс. случаев, после «пика» новых регистрируемых заболеваний практически в 40 тысяч случаев в начале ноября. Как результат, многие регионы России ослабили режим QR-кодов и дали «зеленый свет» туристам. По предварительным данным, в отдельных регионах (Свердловская область) общий прирост количества прибывающих на отдых составил 30–40%, причем, по сообщениям ТАСС, помимо россиян, до Уральских гор добирались также туристы из других стран (Канада, Франция, Китай и Куба).

Условия не те

Среди российских направлений традиционными «фаворитами» новогодних каникул стали Москва, Санкт-Петербург, Крым, Краснодарский край, а также КавМинВоды. Те, кто предпочел уехать на праздники за границу, выбирали либо теплые направления (Египет, Турция, ОАЭ), либо страны СНГ (Грузия, Армения, Киргизия). В OneTwoTrip сообщают, что среди зарубежных направлений туристы чаще всего летали в Армению (19,8% доля от всех бронирований), Турцию (16,3%) и Киргизию (8,7%). Четвертую строку занял Азербайджан (7,4%), пятую – Узбекистан (7,2%). Цена авиабилета туда-обратно на человека в среднем составляла 31 000 рублей.

В Knight Frank говорят о высоком спросе на Мексику – благодаря теплому климату, большому количеству отелей, достаточно простой процедуре въезда с любой вакциной и отсутствию в стране серьезных проблем, связанных с COVID-19. Небольшая доля россиян, получивших иностранную вакцину, все же посещали Европу и США – этот сегмент туризма все еще сохраняется, но он, несомненно, в разы меньше по объему, чем до пандемии. «Формально число “открытых” стран все время растет, но одновременно увеличивается и число условий для попадания туда, – говорит **Виктория Кирюхина, эксперт Циан.Аналитика. –** В целом ряде случаев эти решения появлялись неожиданно, “за несколько часов” (как внезапное фактическое прекращение въезда в Таиланд, введение обязательного карантина для прилетевших в Индию и комендантского часа в части штатов), или в этих правилах трудно найти какую-то логику, и поездка становится в критическую зависимость от общения с сотрудником авиакомпании или погранслужбы (как в случае с Кенией, которая прививает своих граждан “Спутником”, но въезд привитых этой вакциной формально не разрешает)».

Увеличение спроса заметно подстегнуло рост стоимости новогоднего отдыха, особенно на курортных направлениях, где объем предложения номерного фонда

Валерий Трушин
IPG.Estate

Марина Усенко
Cushman & Wakefield

Виктория Кирюхина
Циан.Аналитика

Наталия Розенблюм
Knight Frank

Елена Шелехова
OneTwoTrip

в гостиницах, а также инфраструктура не могут удовлетворить спрос всех желающих, уточняет Марина Усенко. Так, еще в ноябре 2021 года турагентства предлагали размещение желающим с учетом прироста цен на отели «три-четыре звезды» на 30–50% по сравнению с 2019 годом, а для отелей высшей ценовой категории повышение доходило до 100%.

Внутренний голос

Активно путешествующих россиян вообще не более 20–25%, напоминает **Наталия Розенблюм, директор по гостиничному консалтингу Knight Frank.** Остальные в летнее время преимущественно проводят отпуск на даче, а зимой отдыхают недалеко от дома или в соседних регионах, куда выезжают не более чем на несколько дней.

В OneTwoTrip приводят собственные данные: для встречи Нового года и отдыха на длинных выходных чаще всего российские авиапутешественники выбирали Москву (29,7% всех бронирований), Санкт-Петербург (10,1%) и Сочи (5,1%). Также в список популярных направлений вошли Краснодар (3,5%) и Минеральные Воды (3,2%), перечисляет **Елена Шелехова, руководитель пресс-службы сервиса для планирования путешествий OneTwoTrip.** Средняя стоимость авиабилета по России в этот период составила 12 000 рублей в обе стороны. Для путешествий на поезде же в новогодние праздники россияне выбирали Москву (26%), Санкт-Петербург (10,8%), Сочи (2,3%). Следом в списке оказались Краснодар (2,2%) и Екатеринбург (2%). Средняя стоимость ж/д поездки в одну сторону – 2500 рублей.

Средние ставки посуточной аренды на Новый год в городах-миллионниках

Город	Ставка аренды, тыс. рублей		Динамика цен за год
	НГ 2021	НГ 2022	
Москва	6,8	7,9	16,6%
Санкт-Петербург	5,0	5,8	14,7%
Казань	4,3	5,0	16,7%
Ростов-на-Дону	4,3	4,6	8,6%
Нижний Новгород	3,9	4,4	14,9%
Новосибирск	3,9	4,4	12,4%
Красноярск	4,2	4,2	1,1%
Екатеринбург	4,0	4,2	4,0%
Краснодар	3,9	4,1	5,9%
Уфа	3,9	4,0	2,9%
Самара	3,8	4,0	6,1%
Пермь	3,8	3,9	3,7%
Воронеж	3,5	3,9	13,0%
Омск	3,5	3,8	8,7%
Челябинск	3,6	3,8	6,5%
Волгоград	3,6	3,7	3,8%

Источник: Циан.Аналитика

Маргарита Найштут, директор, руководитель гостиничного направления отдела стратегического консалтинга CBRE, соглашается: наибольшим спросом во время январских праздников пользовались Москва, Санкт-Петербург, Сочи/Красная Поляна, Крым, Великий Устюг, Карелия. По ее словам, загрузка гостиничных объектов этих дестинаций доходила до 100% в пиковые даты. Даже в Москве на начало январских каникул в брендированных отелях категорий 3–5*, расположенных в пределах ТТК, загрузка достигала 90%, а в среднем за 10 праздничных дней находилась в диапазоне 65–80%. Для сравнения, за тот же период в 2021 году загрузка аналогичных объектов Москвы находилась в диапазоне 45–60%. Рост стоимости размещения в брендированных отелях Москвы категорий 3–5*, расположенных в пределах ТТК, составил от 40 до 80% в сравнении с тем же периодом 2021 года. Пиковыми с точки зрения стоимости датами были, предсказуемо, 31 декабря – 1 января. При этом стоимость размещения (без завтрака) в новогодние праздники (не 31.12 и 1.01) в отелях 3* колебалась в диапазоне от 4,5 до 6,5 тыс. руб. за ночь, 4* – от 8 до 10 тыс. руб.

В OneTwoTrip отмечают и повышенный интерес к внутреннему экотуризму: так, спрос на перелет в Минеральные Воды возрос почти на треть (+28%) – многие оттуда направляются на склоны Домбая, Эльбруса, Архыза. Наталия Розенблюм сообщает о растущем спросе на глэмпинг: в стране начали появляться круглогодичные объекты, в которых есть возможность для комфортного отдыха в зимнее время.

Броня крепка

В связи с повышенным внутренним спросом, на эти новогодние праздники наблюдался рост глубины бронирования. Красная Поляна, например, имеет свои инфраструктурные ограничения: принять могут определенное количество человек в день. Если туристов будет больше, комфортно отдыхать там уже не получится: не будет мест ни в гостиницах, ни в общественном транспорте, ни парковки, ни возможности свободного перемещения по дорогам, поясняет Наталия Розенблюм. В итоге многие отели Красной Поляны на период новогодних каникул были забронированы уже к середине осени 2021 года. «Но изменений в спросе на поездки перед новогодними выходными мы не наблюдали, – делится Елена Шелехова. – Многие туристы до праздников уже знали, в каких регионах будут действовать требования по предъявлению QR-кодов, в том числе и для заселения в отели». «Наши предварительные подсчеты говорят, что не более 10% гостей отменили свое бронирование из-за обязательного QR-кода, требующегося для заезда в гостиницу, – поддерживает **Анастасия Заболотная, директор департамента апарт-отелей Becar Asset Management.** – Но если брать всех гостей, отказавшихся от бронирования, то львиную долю занимают отмены в последний момент. Путешественники бронируют несколько отелей на одни и те же даты, причем в разных локациях города, ближе к дате заезда проверяют еще раз предложения и оставляют бронирование, полностью соответствующее их пожеланиям. Непростая ситуация, когда предложений

Кстати

Совет Евросоюза принял новые рекомендации по обеспечению свободы передвижения во время пандемии. Для самих европейцев главным пропуском останется ковидный сертификат ЕС. При этом Совет предлагает пускать в Европу непривитых туристов исключительно по результатам ПЦР-тестов, сделанных за сутки до поездки или в течение 24 часов после прибытия. Другие ограничения, как, например, карантин или самоизоляция, комиссары ЕС считают избыточными. Рекомендации вступают в силу 1 февраля. Однако страны-члены ЕС будут самостоятельно решать, следовать ли им.

Маргарита Найштут
CBRE

Анастасия Заболотная
Becar Asset Management

больше, чем спроса, вынуждает коллег из других отелей намеренно занижать свою стоимость, чтобы “забрать” таких гостей себе».

Однако с момента введения ограничений на работу предприятий общественного питания и отелей Санкт-Петербурга отели все-таки получили большое количество отмен бронирований. По словам Анастасии Заболотной, гости до последнего думали, что в новогоднюю ночь все рестораны и развлекательные заведения будут закрыты в связи с ограничениями. Накануне праздников ограничения смягчили, но было уже поздно. «С 27 декабря 2021 года заселение в отель же возможно было только при наличии QR-кода или отрицательного ПЦР-теста, сданного не ранее чем за 48 часов, – продолжает она. – Эти сложности повлекли за собой череду отмен бронирований и отказ в проживании со стороны администрации отелей. Гостям приходилось оплачивать не только проживание, перелет и досуг, но и ПЦР-тест каждые два дня при отсутствии QR-кодов. Интересный случай случился во время новогодних праздников в одном из наших отелей. К нам хотел заселиться вакцинированный и имеющий QR-код иностранный студент. Он давно за нами наблюдал в соцсетях: “I dreamed of joining your community!”. Но мы, к большому сожалению, его не смогли принять, поскольку он вакцинирован J&J. В РФ она не котируется, поэтому нужно было бы сдавать ПЦР-тест каждые два дня, что достаточно затратно для обычного студента». «По моим представлениям, со 2 января в России не осталось регионов, где законодательно можно обойтись без QR-кода, – вздыхает Валерий Трушин. – Но вот факт его проверки – вопрос за скобками, и зависит не от региона, а от местных собственников бизнеса (особенно из ресторанной сферы)».

Средние цены на краткосрочную аренду загородной недвижимости в декабре 2021 года

Регион	Средняя стоимость аренды в сутки в декабре 2021
Московская область	10 000 рублей
Краснодарский край	4 000 рублей
Башкортостан	5 000 рублей
Татарстан	6 167 рублей
Челябинская область	4 000 рублей
Крым	3 333 рублей
Ленинградская область	5 083 рублей
Карачаево-Черкессия	5 000 рублей
Кемеровская область	8 000 рублей
Санкт-Петербург	8 003 рублей

Источник: Циан.Аналитика:

Частное, собственное

Впрочем, по сравнению с январскими праздниками 2020–2021 годов, когда действовали более строгие ограничения (на работу развлекательных заведений, ресторанов, а также проведение праздничных и культурных мероприятий), потенциальный спрос, например, на аренду квартир в миллионниках в новогодний сезон 2021–2022 увеличился на четверть, сообщают в Циан. Отдельно для Москвы рост составил 15%, Санкт-Петербурга – 30%.

Для тех, кто выбрал в качестве экскурсионного туризма посещение городов-миллионников, отдых в этом году стал дороже в среднем на 9% (по посуточной аренде квартир на новогодние праздники), подсчитывают в Циан. Больше, чем в среднем, посуточная ставка аренды на новогодние каникулы увеличилась в Москве и Казани (+17%), даже несмотря на то, что в столице Татарстана действуют требования о наличии QR-кода для проезда в городском транспорте, развлекательные заведения также работают по QR. Ставка аренды значительно выросла и в Нижнем Новгороде (+15%).

В 2021 году россияне вообще активнее бронировали именно частный сектор, поскольку для заселения в гостиницы во многих регионах требуются теперь особые условия, резюмирует Виктория Кирюхина. По ее словам, в городах-миллионниках базовая ставка посуточной аренды квартиры с 31 декабря по 2 января увеличивается в среднем в 2,3 раза – именно такую наценку делают рантье в новогодние праздники. Например, при базовой ставке в Москве 3,4 тыс. рублей в сутки, реальная ставка с 31.12 по 02.01 была 7,9 тыс. рублей. Примечательно, что в приморских городах новогодняя надбавка ниже – в два

раза к базовой ставке. С одной стороны, туристы часто проводят новогодние каникулы у моря, с другой, зима – не высокий сезон для этих локаций (летом наценка значительно больше). Ставки посуточной аренды в Краснодарском крае увеличились во всех курортах региона (в среднем на 14%). Самая высокая наценка на новогодние каникулы – в городах «Золотого кольца» – в 2,7 раза.

4%

составляет сегодня вклад туризма в ВВП России.

Источник: Росстат

Лада Самодумская,
генеральный менеджер отеля «Балчуг Кемпински Москва»:

– Все без исключения традиционные туристические центры России наблюдали увеличение спроса на новогодние праздники. Москва, как и ожидалось, осталась одним из лидеров в числе привлекательных направлений на новогодние праздники ввиду высокого качества туристического продукта, разнообразия культурных, познавательных и развлекательных программ, широкого выбора предложений ресторанов, кафе, многообразия магазинов и торговых центров. Город был красиво украшен и создавал ощущение настоящего праздника у всех гостей столицы.

Загрузка и средняя цена 31 декабря и все последующие дни праздников была значительно выше, чем в доковидные годы, а доходность у центральных пятизвездочных отелей Москвы в среднем выросла на 50% к 2018 году и на 30–40% к 2019 – началу 2020 года. Рестораны и банкетные залы гостиниц также отмечали значительный рост спроса на праздничный период. Отдельно нужно отметить колоссальный рост доходов (в несколько раз) от подразделения обслуживания в номерах (рум-сервис).

Процент отказов же был значительно ниже, чем в конце прошлого года, когда стремительно вводились ограничения в Москве и Санкт-Петербурге, но мы не избежали отмен от иностранных групп и индивидуальных туристов в связи с ограничениями, введенными в некоторых странах Европейского союза.

В целом российские и международные путешественники адаптировались к изменяющимся условиям требований, связанных с QR-кодами, вакцинацией и другими требованиями санитарной безопасности, и путешествуют активнее, чем в 2020 и в начале 2021 года. Особенно хочется отметить значительно выросший поток туристов из стран Ближнего Востока, несмотря на холодную и снежную зиму.

Стоимость проживания в московских отелях выросла в среднем на 25–30% по сравнению с предыдущими годами. Учитывая некоторый коэффициент девальвации рубля, для иностранных путешественников в масштабах стоимости путешествия по Европе стоимость таких поездок и средний ресторанный чек были очень привлекательны при высоком качестве и разнообразии предложения.

Что касается соотношения цены-качества, то, мне кажется, здесь намечаются позитивные изменения. Москва и Санкт-Петербург, впрочем, всегда отличались высоким качеством гостиничной инфраструктуры, то же относится к большому выбору гастрономического предложения как по стоимости, так и по разнообразию. И регионы также подтягиваются, поскольку репутация сейчас во многом определяет успех продаж и позволяет загружать отели по более высоким тарифам. Увеличение доходов отелей в российских туристических направлениях позволяет инвестировать в продукт и обучение персонала, для того чтобы удовлетворить пожелания требовательных клиентов – мы видим блестящие примеры такой трансформации во многих регионах Российской Федерации.

Ну а наибольшее влияние на индустрию уже в наступившем 2022 году окажет, прежде всего, успешность борьбы с пандемией и взаимное признание вакцин, а также ослабление ограничений. Что касается новогоднего опыта, то, безусловно, отельерам он может пригодиться. Однако не исключено, что новогодние предложения придется кардинально менять в случае открытия границ для россиян, возобновления любимых новогодних зарубежных маршрутов и возвращения международных туристов в Россию.

Надбавка к базовой ставке посуточной аренды в новогодние праздники на квартиры

Локация	Надбавка к базовой ставке (во сколько раз выше аренда квартиры на Новый год)
Города «Золотого кольца»	2,7
Города-миллионники	2,3
Калининградская область	2,2
Курорты КМВ	2,1
Приморские курорты	2

Источник: Циан.Аналитика

Артем Кромочкин
Авито Недвижимость

Последний момент наступает

Еще одной особенностью для рынка стало то, что бронирование жилья на новогодние праздники осуществлялось в последний момент, буквально за 2–4 недели до самого приезда. Число просмотров объявлений о посуточной аренде квартир в первой половине декабря 2021 года оказалось больше, чем в декабре 2020 года, то есть туристы стремились максимально обезопасить себя от возможных сюрпризов. «Даже временная отмена QR-кодов в Крыму не оказала существенного влияния на уровень спроса на посуточную аренду квартир – число просмотров объявлений снизилось перед Новым годом на 13% в сравнении с недельным спросом ранее, когда о снятии ограничений не было ничего известно, а жилье бронировали с учетом действующих на тот момент мер», – сообщает Виктория Кирюхина.

В Авито Недвижимость считают, что в итоге Краснодарский край и Крым, горные регионы, а также мегаполисы и культурные центры страны (Москва и Санкт-Петербург) смогли справиться с возросшим туристическим потоком: на рынке краткосрочной аренды недвижимости этому способствовало увеличение доступных вариантов жилья. По данным компании, в 2021 году новых предложений о посуточной аренде квартир в России стало на 14,5% больше, а загородных домов – на 20,5%. Именно рост предложения в сегменте туристической аренды в большинстве регионов страны позволил справиться с повышенным спросом на время праздников. Тем не менее экономический кризис, ударивший по населению с началом пандемии, изменил предпочтения российских путешественников, сообщает **Артем Кромочкин, руководитель направления краткосрочной аренды Авито Недвижимости**: туристы стали чаще выбирать более доступные варианты размещения, отказываясь от проживания в отелях. По его словам, все более востребованным типом жилья и оптимальной альтернативой гостиницам становятся арендуемые студии – на ресурсе за год интерес к данному типу жилья вырос в два раза.

Back to USSR

При этом основные претензии российских путешественников к туристическим регионам уже два года не меняются – «адовые деньги за раскладушку под орехом». В CBRE соглашаются: хотя улучшения с точки зрения качества сервиса и предлагаемого продукта есть, спрос по-прежнему превышает предложение, и соотношение «цена-качество» – не в пользу потребителя. «Российские направления внутреннего туризма представляют собой лоскутное одеяло, – вздыхает Анастасия Заболотная. – С одной стороны, мы имеем Красную Поляну с прекрасной природой и отлично развитой инфраструктурой, и Мурманск – уникальное место – Ледовитый океан, северное сияние и столица Арктики, где просто не хватает средств размещения,

отвечающих современным требованиям, где не подготовленная к приему большего количества гостей инфраструктура и незаинтересованность администрации города в развитии такого потенциала. Однако если говорить в общем, то тенденция к снижению уровня качества присутствует. Это связано с уменьшением затрат на закупку, персонал, обслуживание, а также общим повышением цен на товары/услуги обеспечивающих работу объектов размещения, общественного питания». «Дело не в последних двух годах пандемии, а в том, что в России до сих пор большие проблемы с сервисом, – парирует Валерий Трушин. – На отечественных курортах (яркий пример – Сочи) крайне низок процент отелей, находящихся под высококлассным управлением международных операторов. Цены же на проживание в таких проектах ощутимо высокие, и люди в конечном итоге выбирают “меньшее из зол” с точки зрения цены. К сожалению, за выбор приходится расплачиваться уровнем обслуживания. Но, например, в Сибири и Апатитах ситуация более благополучная. Хотя в этих регионах не представлены сетевые международные проекты отельной сферы, местные игроки борются за своих гостей, имея иные понятия о гостеприимстве. Тот же Сочи в данном случае обособлен, так как люди стабильно отдают предпочтение этому направлению». И хотя в Сочи средняя ставка аренды квартиры на новогодние каникулы даже снизилась на 11,4%: с 7,5 тыс. до 6,7 тыс. рублей в сутки, это все равно самый дорогой город среди других курортов Краснодарского края, констатирует Виктория Кирюхина.

Вопрос цены

«Конкуренция с зарубежными направлениями позволяет замедлить рост цен или даже снизить их по наиболее дорогим направлениям, – продолжает она. – Недельная поездка в Египет в формате “все включено” в четырехзвездочный отель на новогодние каникулы обошлась отдыхающим от 80 тысяч рублей. Поездка же в Сочи подразумевает, что около 60% этой суммы уйдет только на аренду жилья, без питания и билетов на самолет. В итоге среди новых тенденций в индустрии мы отмечаем появление большего количества “пакетных” туров, хотя до пандемии российские курорты зачастую бронировали самостоятельно, без туроператоров – то есть речь шла о самостоятельной организации отдыха. Отсутствие альтернативных вариантов турецким all inclusive – одна из проблем российских курортов, и это направление начинает активно развиваться. В качестве нестандартных направлений также можно отметить гастрономические туры. Набирают популярность и авторские туры по новым нестандартным маршрутам. Таким образом, появляется все больше вариантов отдохнуть по России с минимизацией участия в планировании: в туристической отрасли все больше “готовых” продуктов».

Самые популярные российские регионы для туристической аренды жилья, декабрь 2019–2021 годов, данные Авито Недвижимости

Самые популярные туристические направления в начале зимнего сезона		
2019	2020	2021
Московская область	Московская область	Московская область
Башкортостан	Башкортостан	Краснодарский край
Челябинская область	Краснодарский край	Башкортостан
Краснодарский край	Челябинская область	Татарстан
Татарстан	Татарстан	Челябинская область
Крым	Крым	Крым
Москва	Ленинградская область	Ленинградская область
Санкт-Петербург	Санкт-Петербург	Карачаево-Черкессия
Саратовская область	Кемеровская область	Кемеровская область
Самарская область	Карачаево-Черкессия	Санкт-Петербург

Источник: Авито Недвижимость

Новые направления

Наступает период расцвета локального туризма, поддерживает Артем Кромочкин: несмотря на то, что вновь появилась возможность ездить за границу, многие туристы продолжают отказываться от зарубежных путешествий и проводят отпуск в пределах своего региона или в соседней области из-за подорожания цен на авиабилеты, сложных бюрократических процедур, связанных с выездом, и непредсказуемой эпидемиологической обстановки.
При этом все больше клиентов прибегают к гибридной модели путешествий, совмещая их с работой (workation).
Это стало возможным с переходом многих сотрудников компаний на дистанционный формат занятости. В итоге собственники или управляющие жилья стали организовывать в сдаваемых квартирах рабочие места с компьютерным столом, а одним из ключевых требований жильцов во время workation стал доступ к высокоскоростному интернету.
Кроме того, пандемия оказала мощный психологический эффект, и путешественники все чаще пользуются оздоровительными услугами, в том числе вернулся интерес к поездкам в санатории.

Анастасия Заболотная, в свою очередь, сообщает о трендах развития экотуризма, индивидуальных путешествиях «дикарем», а не в составе туристических групп у поколений Y и Z. В ближайшие 5–7 лет эксперт ожидает роста в этом направлении, уточняя, правда, что это возможно лишь при соответствующем развитии инфраструктуры. Параллельно в России растет спрос на двух-трехдневные путешествия в однодневной удаленности от места постоянного проживания. Длинные каникулы в итоге дали возможность побывать в двух, а то и в трех направлениях за десять дней: два дня в Петербурге, три дня в Карелии, а на обратном пути до Москвы на один день – в Новгород или Тверь.
«Новогодние каникулы 2022 показали, что внутренний туризм – это прибыльно, – резюмирует г-жа Заболотная. – У всех развитых экономик мира доля внутреннего туризма больше, чем выездного. Вы знали, что доля внутреннего туризма в Германии составляет 80%? И чаще всего это поездки на выходные в соседние регионы. Другими словами, деньги, заработанные в России, не выезжают, а остаются на месте, что благоприятно влияет на макроэкономические показатели. Однако если мы не повысим уровень сервиса, не будем развивать инфраструктуру как до мест размещения, так и на месте, не будем предлагать услуг, пользующихся спросом у внутреннего туриста, то мы упустим прекрасную возможность убрать зависимость от въездного туризма и развить новые направления».

Навстречу премии

Награждение победителей – квинтэссенция любого конкурса. Однако смысл CRE Awards не только в выявлении лучших, главное – показать рынку новые идеи, технологии, подходы. Не было этого, не было бы и победителей. Зачастую разница между финалистами и теми, кто не добрался до финала, измеряется «миллиметрами». В новой рубрике мы решили представить вашему вниманию проекты, заявленные к участию в CRE Awards.

Культурно-деловой комплекс Bolshevik, фаза II

О1 Properties и «Сити Девелопер».

Культурно-деловой комплекс Bolshevik расположен на Ленинградском проспекте в Москве и объединяет здания бывшей кондитерской фабрики, построенные в конце XIX – середине XX века по проекту архитектора Оскара Дидио. Фабрика, которая первоначально называлась «Товарищество А. Сиу и Ко», имела 20 цехов и выпускала более 2000 наименований продукции. Помимо производственных цехов, на ее территории располагались больница, типография, прачечная, складские и вспомогательные отделения. Территория фабрики застраивалась в разное время – сохранилась часть зданий дореволюционной постройки, остальные были построены в советский период. Сегодня три здания комплекса Bolshevik имеют статус объектов культурного наследия.

Первая фаза реновации комплекса по проекту британского архитектурного бюро John McAslan + Partners была завершена в 2015 году. В 2019 году началась вторая фаза реновации, в которую вошли здание 10, самое большое по площади на территории комплекса, и строения 19 и 20. Архитектором проекта, так же как и в первой фазе, было выбрано бюро John McAslan + Partners.

Строение 10 было построено в первых десятилетиях XX века в единой архитектурной концепции с первыми строениями «Большевика». В советский период здание несколько раз достраивалось для того, чтобы отвечать нуждам растущих производственных цехов. В оформлении фасада строения 10, так же как и в строениях первой фазы, присутствует

контрастный орнамент на фасадах, который придает зданию торжественный вид. Однако здесь нет арочных окон – вместо них реализованы большие окна прямоугольной формы, которые пропускают большое количество естественного света. Поскольку здесь располагались производственные цеха, в строении 10 высокие (до 4,5 м) потолки и большой шаг колонн – это делает помещение максимально удобным и предполагает вариативность планировок. Кровля здания эксплуатируемая и доступна арендаторам для реализации рекреационной зоны на открытом воздухе.

В отделке общих зон архитекторы бюро Offcon сохранило элементы промышленной архитектуры: открытые железобетонные панели, перегородки из объемного стекла – это отсылает к исторической функции здания. Кроме того, авторы вдохновлялись арт-течениями первой трети XX века: четкие графичные формы и насыщенные цвета супрематизма дополняют фрагменты яркой работы Бориса Кустодиева «Большевик». Это также создает ассоциативную связь с расположенным в соседнем здании Музеем русского импрессионизма.

Инфраструктура здания дополняет развитую зону ретейла первой фазы (рестораны, кантина, кофе-пойнт, кафе, салон красоты, химчистка, центр косметологии) и предусматривает собственную кантину и кофе-пойнт.

Строения 19 и 20 построены в советский период и изначально имели более скромное архитектурное решение без декоративных элементов. В строении 19 располагалась котельная фабрики, а в строении 20 – бытовые помещения. К началу реновации фасады зданий были сильно повреждены временем. Архитекторы сделали выбор в пользу решения, обеспечивающего максимальное проникновение естественного света в помещения: окна во всю высоту этажа, которые чередуются с восстановленной кирпичной кладкой из темного клинкерного кирпича..

Строение 19 имеет отдельный вход и предполагает, что его займет целиком офис одной компании. Здесь организовано двухуровневое и двухсветное пространство, благодаря чему создается воздушный и наполненный воздухом интерьер.

Завершение реновации второй фазы комплекса Bolshevik придает территории законченный вид и расширяет зону, доступную для прогулок посетителей, поскольку вся территория комплекса доступна для жителей города. Открылась новая перспектива на оригинальное здание Музея русского импрессионизма – теперь замысел архитектора возможно оценить со всех сторон. Законченный вид получила и территория въезда и непосредственного прилегания к жилым апартаментам – здание 10 граничит с территорией жилых апартаментов.

Проект второй фазы комплекса Bolshevik выполнен с соблюдением стандартов экологической эффективности и предполагает возможность получения сертификата BREEAM in-use (в планах на 2022 год).

На сегодняшний день проект уже сдан в аренду на 75%. Интерес к комплексу обеспечивают сочетание востребованной локации – деловой коридор Ленинградского проспекта – и сохранение тихой, исторической атмосферы, а также наличие благоустроенной территории. Ключевые арендаторы: Avon, Space 1, Herman Miller, Nike, Logitech, Wirpool, Glenmark.

СПОНСОРЫ НОМИНАЦИИ
НЕЗАВИСИМЫЙ КОНСУЛЬТАНТ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР
APLEONA Sawatzky PPF Real Estate Russia UNION BROKERS MANAGEMENT RD EY интерфакс НЕДВИЖИМОСТЬ ГУД

«Шуга Фэктори» West Wind Group Development

История здания

Сейчас это стильное офисное пространство для работы и творчества. Однако таким оно было не всегда. Здание по адресу: Земляной вал, 50 имеет большую историю, оно было построено в 1870 году и принадлежало «Генерь и Ко», в нем располагалась Московская сахарная мануфактура. Чуть позднее, в 1940-х, превратилось в советский НИИ Азотной промышленности и, наконец, вернуло себе шарм индустриального стиля в 2021-м в проекте «Шуга Фэктори».

Sugar Factory – это проект редевелопмента, и в настоящее время это бизнес-центр класса B+, отвечающий высоким стандартам требований для современного офиса, при реставрации которого мы сохранили старую кирпичную кладку, полностью обновили фасад и интерьер здания, создав современный офисный лофт, сохранив при этом историческую доминанту здания.

Направления реконструкции

Фасад здания сейчас частично повторяет исторический облик, он был полностью очищен от слоя старой штукатурки, оконным проемам вернули историческую форму с арочным верхом. Фасад

декорирован дизайнерскими элементами из металла, полиуретановыми лепнинами, частично окрашен фасадной краской, а цокольный этаж декорирован черным натуральным гранитом. Особенно эффектно здание смотрится в темное время суток, когда включается архитектурная подсветка фасада.

Идея исторической сахарной мануфактуры была внесена в концепцию дизайна интерьера всего здания через использование форм и текстур разного состояния сахара. В Sugar Factory мы использовали натуральный итальянский мрамор и бразильский кварцит.

Особенности проекта

Когда мы приступали к проекту, у команды было много сложных задач:

- **необходимо было вернуть и сохранить исторический облик здания, при этом сделать фасад трендовым и отвечающим современным потребностям;**
- **сохранить внутреннюю кирпичную кладку, не используя современный кирпич;**
- **на небольшом земельном участке разместить комфортный паркинг, зеленую рекреационную зону и парковую прогулочную зону;**
- **сократить количество коридоров и бесполезных пространств, чтобы повысить экономическую привлекательность для инвесторов.**

Были заменены все инженерные системы: система отопления, установлена индивидуальная котельная, водоснабжение, электричество, увеличена мощность.

Также были смонтированы новые системы: центральная система кондиционирования с функцией прогрева воздуха и круглогодичной работой, приточно-вытяжная вентиляция с фильтрацией воздуха, современная система контроля доступа и видеонаблюдения, чтобы избежать скопления наледи, установили систему «теплой кровли».

На земельном участке менее 900 кв. м мы смогли разместить автомобильную и велопарковку, крытую террасу с лаунж-зоной, с противоположной стороны здания – парковую зеленую зону с липой и кустарниками. Так мы создали инфраструктуру для соблюдения work-life balance.

Разрушенные внутренние кирпичные перегородки мы восстановили с помощью кирпича XIX века, привезенного из Санкт-Петербурга, а под слоем штукатурки мы обнаружили историческую кирпичную кладку и потолки Монье во всем здании.

Из-за перепада высот перед зданием стоит подпорная стена XIX века, ее мы также отреставрировали, смонтировали архитектурную подсветку, и она превратилась в арт-объект.

СПОНСОРЫ НОМИНАЦИИ
НЕЗАВИСИМЫЙ КОНСУЛЬТАНТ
ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР
APLEONA
Sawatzky
PPF Real Estate Russia
UNION BROKERS
RD
EY
интерфакс НЕДВИЖИМОСТЬ
ГУД

Не единым законом

Текст: Евгений Арсенин
Фото: Архив CRE

Хотя в 2021-м законодатель сохранял фокус на «коронавирусном» регулировании, год оказался «точечно урожайным» для коммерческой недвижимости, ретейла, логистики, e-commerce, индустрии гостеприимства и ресторанного бизнеса. Ведущие российские эксперты в области права – о самых значимых законопроектах, которые будут влиять на рынок в наступившем году.

Прошлый год все-таки нельзя назвать богатым на законодательные новеллы в сфере коммерческой недвижимости, которые имели бы системообразующее значение для отрасли, считает **Юрий Нефедов, старший юрист адвокатского бюро «Егоров, Пугинский, Афанасьев и партнеры».** Большинство нововведений не было обусловлено пандемией и какими-то ограничениями, но направлены на точечное решение накопившихся в практике проблем.

Контора пишет

К наиболее заметным реформам 2021 года можно отнести масштабные изменения в закон о государственной регистрации недвижимости (Федеральный закон от 30 апреля 2021 года N 120-ФЗ), совершенствование положений градостроительного законодательства (Федеральный закон от 01.07.2021 N 275-ФЗ, Федеральный закон от 01.07.2021 N 276-ФЗ, Федеральный закон от 06.12.2021 N 408-ФЗ),

а также принятые под конец уходящего года изменения в Гражданский кодекс РФ о недвижимых вещах (Федеральный закон от 21.12.2021 N 430-ФЗ) и закон о создании публично-правовой компании «Роскадастр» (Федеральный закон от 30.12.2021 N 448-ФЗ).

После отзыва скандальных законопроектов о QR-кодах основным федеральным «антиковидным» нормативным правовым актом остается Федеральный закон от 1 апреля 2020 г. №98-ФЗ, уточняет **Виталий Можаровский, партнер, руководитель практики недвижимости и строительства в России Bryan Cave Leighton Paisner.** В его развитие регионы принимают собственные нормативные правовые акты в зависимости от санитарно-эпидемиологической обстановки на своей территории.

«С одной стороны, в 2021 году сохранялась тенденция на ужесточение антиковидных мер, с другой – одновременно принимаются меры для поддержки отдельных секторов экономики, включая адресную помощь со стороны субъектов РФ, – констатирует **Арташес Оганов, глава практики недвижимости и строительства CMS Russia. –** Можно также ожидать льготы для собственников и арендаторов коммерческой недвижимости, что, например, имеет особое значение для торговых центров в связи с существенным падением трафика в период пандемии». При этом общей сложностью актов, принятых в связи с пандемией, остается распространение сферы действия многих из них только на «наиболее пострадавшие области» (например, культура, питание и т.д.), то есть на ограниченный сегмент, указывает **Дмитрий Некрестьянов, адвокат, партнер, руководитель практики по недвижимости и инвестициям АБ «Качкин и Партнеры».** По словам **Сергея Трахтенберга, партнера, руководителя российской практики недвижимости и строительства, международная юридическая фирма Dentons**, регулирование, связанное с минимизацией последствий ограничительных мер, которые принимались в 2020 году, в большей степени осуществлялось на уровне подзаконных актов (например, кредитование по льготной ставке 3% для предприятий и организаций из наиболее пострадавших отраслей в рамках второго этапа программы «ФОТ 3.0») и правоприменительной практики (например, третий коронавирусный обзор Президиума ВС РФ от 17 февраля 2021 года). В Dentons объясняют это тем, что в 2020 году было принято достаточно много законодательных актов для урегулирования отношения в различных сферах хозяйственной деятельности, и в 2021-м устанавливалась практика применения таких актов.

Сокращают и упрощают

Более-менее заметные федеральные законы Виталий Можаровский предлагает разделить на несколько групп. В первой – федеральные законы, которые были скорректированы по результатам практики применения. Например, Федеральный закон от 30 апреля 2021 №120-ФЗ, который внес очередной многостраничный пакет поправок в регулирование государственной регистрации недвижимости. Этот пакет в основном направлен на устранение недостатков и противоречий, выявленных практикой регистрации прав, и учет изменений, внесенных за последние несколько лет в земельное и иное отраслевое законодательство.

Во второй группе – федеральные законы, которые устраняют допущенные ранее недочеты, продолжает Виталий Можаровский. Например, согласно Федеральному закону от 1 июля 2021 г. №275-ФЗ, допускается 5% разница в протяженности построенного линейного объекта по сравнению со значениями, указанными в проектной документации и разрешении на строительство (в 2020 году примерно такое же правило было введено в отношении разницы в площади вводимого в эксплуатацию «объемного» объекта).

Юрий Нефедов
«Егоров, Пугинский, Афанасьев и партнеры»

Виталий Можаровский
Bryan Cave Leighton Paisner

Арташес Оганов
CMS Russia

Дмитрий Некрестьянов
«Качкин и Партнеры»

Сергей Трахтенберг
Dentons

В третьей – федеральные законы, которые сокращают сроки некоторых административных процедур, упрощают введенные ранее ограничения. Так, исходя из Федерального закона от 2 июля 2021 года № 298-ФЗ, отныне не требуется получение разрешения на строительство и, соответственно, разрешения на ввод в эксплуатацию в случае строительства, реконструкции объектов, предназначенных для транспортировки природного газа под давлением до 1,2 МПа включительно (ранее пороговое значение было 0,6 МПа). Федеральный же закон от 11.06.2021 N 191-ФЗ установил, что с 1 июля 2021 года до установления приаэродромных территорий в соответствии с Воздушным кодексом РФ для строительства и оформления прав на индивидуальные жилые дома и прочие объекты «бытовой недвижимости» получение специальных согласований и заключений по общему правилу не требуется.

Кроме того, в последние дни 2021-го было принято нескольких федеральных законов, вносящих изменения в регулирование земельных и градостроительных отношений. В частности, определен момент, когда вид разрешенного использования (ВРИ) земельного участка считается выбранным. Долгое время в законодательстве и судебной практике отсутствовала определенность в отношении того, с какого момента ВРИ земельного участка считается выбранным его правообладателем, поясняет Виталий Можаровский. Это приводило к негативным последствиям: в частности, очень часто правообладатели земельных участков, использующие их по вспомогательному ВРИ, привлекались к административной ответственности, поскольку этот ВРИ не был отражен в ЕГРН. Конституционный Суд РФ в своем Постановлении от 16 октября 2020 г. №42-П предложил федеральному законодателю устранить эту неопределенность.

Соответственно, Федеральный закон от 30 декабря 2021 г. №493-ФЗ «О внесении изменений в статью 7 Земельного кодекса Российской Федерации и статью 8 Федерального закона “О государственной регистрации недвижимости”» указал, что основной или условно разрешенный ВРИ земельного участка считается выбранным в отношении такого земельного участка со дня внесения в ЕГРН сведений о соответствующем ВРИ. При этом внесение в ЕГРН сведений о вспомогательных ВРИ земельного участка не требуется (п. 2 ст. 7 Земельного кодекса РФ).

Неочевидная компенсация

Еще один Федеральный закон, принятие которого вызвано предписанием Конституционного Суда Российской Федерации, – Федеральный закон от 30 декабря 2021 г. N 467-ФЗ «О внесении изменения в статью 57 Земельного кодекса Российской Федерации». Постановлением Конституционного Суда РФ от 05.03.2020 N 11-П федеральному законодателю было предписано внести в действующее правовое регулирование изменения в части условий возмещения убытков, причиненных правомерными действиями органа государственной власти или органа местного самоуправления по ограничению прав собственника земельного участка. По словам Виталия Можаровского, указанный ФЗ в новом п. 1.1. ст. 57 Земельного кодекса РФ установил, что убытки, причиненные правомерными действиями органов государственной власти и органов местного самоуправления, вследствие которых возникли ограничения прав собственников земельных участков, землепользователей, землевладельцев и арендаторов земельных участков, правообладателей расположенных на земельных участках объектов недвижимости, в том числе причиненные решениями таких органов, подлежат возмещению в соответствии со статьями 57, 57.1 Земельного кодекса РФ. В то же время документ не позволяет однозначно определить, какие

именно ограничения прав будут подлежать компенсации. В частности, по-прежнему не ясно, можно ли относить к таким ограничениям изменение градостроительного регламента, в результате чего правообладатель земельного участка лишился возможности использовать его для первоначально определенных нужд.

Продлен и срок действия особых правил при выдаче разрешений на ввод объектов в эксплуатацию. По общему правилу, предусмотренному в Градостроительном кодексе РФ, одним из оснований для отказа в выдаче разрешения на ввод объекта в эксплуатацию является несоответствие построенного объекта разрешенному использованию земельного участка и (или) ограничениям, установленным в соответствии с земельным и иным законодательством Российской Федерации на дату выдачи разрешения на ввод объекта в эксплуатацию (п. 5 ч. 6 ст. 55). Как видно, это весьма жесткое правило, уточняет г-н Можаровский: в случае его применения застройщик мог бы не получить разрешение на ввод объекта в эксплуатацию если градостроительный регламент применительно к участку изменился после получения разрешения на строительство. Год назад действие этой нормы было ограничено (часть 10 ст. 4 Федерального закона «О введении в действие Градостроительного кодекса РФ», введена Федеральным законом от 29 декабря 2020 г. N 468-ФЗ). Теперь это ограничение продлено. Согласно Федеральному закону от 30 декабря 2021 г. N 447-ФЗ «О внесении изменений в Градостроительный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации», до 1 января 2025 года в отношении объектов капитального строительства, разрешения на строительство которых выданы до 1 января 2022 г. и по которым не выданы разрешения на ввод их в эксплуатацию, отказ в выдаче разрешения на ввод объекта капитального строительства в эксплуатацию осуществляется в случае несоответствия такого объекта капитального строительства разрешенному использованию земельного участка и (или) ограничениям, установленным в соответствии с земельным и иным законодательством Российской Федерации, на дату выдачи разрешения на строительство такого объекта капитального строительства. При этом положения пункта 5 части 6 статьи 55 Градостроительного кодекса Российской Федерации не применяются.

В 2021-м также были продлены сроки реформирования законодательства о зонах с особыми условиями использования территории. В соответствии с тем же

Важно

Рядом изменений в ГрК РФ, в частности, Федеральным законом от 01.07.2021 № 275-ФЗ «О внесении изменений в Градостроительный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» введено, например, следующее:

- институт «экономически эффективной проектной документации повторного использования» заменен институтом «типовой проектной документации»;

- вводится понятие «проект по строительству» и корректируются полномочия Правительства РФ в части утверждения исчерпывающих Перечней.

  Так, до изменений Правительство РФ утверждало исчерпывающие перечни процедур в сфере строительства объектов различного назначения. Теперь «этапы» и «мероприятия в рамках этапов» реализации проекта по строительству (по существу – процедуры в сфере строительства) содержатся в самом ГрК РФ. Правительство РФ же теперь должно утверждать не «исчерпывающие перечни процедур в сфере строительства», а «исчерпывающий перечень документов, сведений, материалов, согласований, предусмотренных нормативными правовыми актами РФ и необходимых для выполнения предусмотренных ГрК РФ мероприятий при реализации проекта по строительству»;

- введено понятие «рабочая документация» и предусмотрен упрощенный порядок ее корректировки (в случае внесения в РД изменений, соответствующих требованиям, предусмотренным ГрК РФ (случаи, когда экспертиза ПД может не проводиться при внесении изменений в ПД) приведение ПД в соответствие с такими изменениями, внесенными в РД, не требуется при условии, что такие изменения в РД утверждены застройщиком, техническим заказчиком в установленном порядке, также в этом случае изменения РД признаются частью ПД).

Источник: «Качкин и партнеры»

Освобождение от платы за изменение вида разрешенного использования ЗУ – создание мест приложения труда

Источник: АПР г. Москвы

Игорь Чумаченко
VEGAS LEX

Федеральным законом от 30 декабря 2021 г. N 447-ФЗ «О внесении изменений в Градостроительный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» на 3 года (в основном до 2028 года) продлены сроки вступления в силу принятых еще в 2018 году норм Земельного кодекса РФ о зонах с особыми условиями использования территории. Основная причина продления – в том, что летом 2022 года планируется принятие федерального закона, который, возможно, сократит перечень таких зон и упростит порядок их установления. Соответственно, пока зоны с особыми условиями использования территории устанавливаются в соответствии с действующими нормативными правовыми актами.

Льготные категории

Гражданский кодекс РФ дополнен двумя главами, одна из которых посвящена правовому режиму недвижимых вещей: земельных участков, зданий, сооружений, помещений и машино-мест, а вторая – вещным правам на них, рассказывает Юрий Нефедов. «Среди интересных моментов следует выделить регламентацию прав собственника здания или сооружения, которые расположены на не принадлежащем ему земельном участке, – продолжает он. – К примеру, по новым нормам собственнику разрушенных в результате случайной гибели объектов недвижимости, которые были расположены на чужих участках, дается 5 лет на их восстановление, и лишь по истечении этого срока права на землю прекращаются. Однако стоит оговориться, что основная часть нововведений, внесенных в Гражданский кодекс РФ, вступит в силу в 2023 году, поэтому у рынка есть время на то, чтобы подробно ознакомиться с ними».

Говоря об изменениях на федеральном уровне, нельзя не упомянуть принятый в последний рабочий день прошлого года закон о создании публично-правовой компании «Роскадастр», считает эксперт. ППК «Роскадастр» подлежит созданию на базе подведомственных Росреестру учреждений и организаций, отвечающих за кадастровую деятельность. Авторы закона считают, что сосредоточение функций в одних руках позволит повысить эффективность процессов в сфере землеустройства, кадастрового учета и пространственных данных, а также сократить количество ошибок и разночтений в данных об объектах недвижимости, границах населенных пунктов, охранных зон и т.д. Одной из основных задач ППК «Роскадастр» является создание единой национальной системы пространственных данных (НСПД), в которую будут интегрированы пространственные данные всех субъектов страны. Доступ к этим данным в режиме реального времени будет открытым. Планируется, что в «пилотном режиме» система начнет работать в 2024 году, а ее полноценное функционирование будет обеспечено к 2030 году.

Льготы со смыслом

В 2021-м был изменен и механизм предоставления льгот для строительства в г. Москве за пределами ТТК, рассказывает **Игорь Чумаченко, партнер, руководитель практики «Недвижимость. Земля.**

Строительство» юридической фирмы VEGAS LEX.
Введены повышающие коэффициенты за смену ВРИ в Москве: для проектов в старых границах города процедура подорожала в 2 раза, в Новой Москве – до 8 раз. При этом установлено, что льготы распространяются исключительно на застройщиков (инвесторов), осуществляющих реализацию инвестиционных проектов по созданию мест приложения труда (МПТ), включая объекты промышленно-производственного и административно-делового назначения, на территории города Москвы за пределами ТТК в соответствии с Постановлением Правительства Москвы от 31 декабря 2019 г. N 1874-ПП.

Смыслом льгот, по словам эксперта, стало, в частности, снижение платы за изменение существующего ВРИ земельного участка (например, для эксплуатации существующего объекта недвижимости) на другой вид разрешенного использования, позволяющий строительство многоквартирного жилого здания (МКЖЗ), если возможность размещения МКЖЗ на участке предусмотрена градостроительным регламентом, – на величину льготы, определяемой в соответствии с конкретным нормативно-правовым актом (н-п-а) г. Москвы в отношении конкретного инвестора, а также рассрочку и отсрочку уплаты оставшейся части ВРИ. Обязательное условие – строительство наряду с МКЖЗ – объекта промышленно-производственного и административно-делового назначения за пределами ТТК. При этом строительство самого МЖКЗ, по смыслу указанных норм, может осуществляться на другом участке, в том числе в пределах старой Москвы. Поэтому расположение и МКЖЗ, и объекта МПТ на одном участке за пределами ТТК – не является обязательным. Льготой могут воспользоваться только застройщики, отвечающие требованиям, установленным Постановлением Правительства Москвы от 31 декабря 2019 г. N 1874-ПП, с которыми заключен соответствующий инвестиционный контракт (соглашение о реализации инвестиционного проекта по созданию МПТ), и в отношении которых принят соответствующий н-п-а г. Москвы, с приданием статуса инвестиционного проекта по созданию МПТ.

Для получения такого статуса застройщику необходимо представить определенный пакет документов. В случае если в заявлении на присвоение статуса указываются сведения о нескольких земельных участках, на которых планируется или осуществляется строительство МКЖЗ, МПТ, касающиеся их документы представляются в отношении каждого такого земельного участка.

В свою очередь, статья 3 Закона Московской области от 18.03.2015 № 27/2015-ОЗ предусматривает возможность приобретения без торгов земельного участка, находящегося в собственности Московской области, муниципальной собственности, а также земельного участка, государственная собственность на который не разграничена для целей реализации масштабного инвестиционного проект**а** (одно из предусмотренных ЗК РФ оснований для приобретения участка в аренду для строительства без торгов).

Истории ради

Для девелоперов же, которые реализуют проекты в Петербурге, значимым событием стало вступление в силу летом этого года Приказа Министерства Культуры РФ от 30.10.2020 N 1295, отмечает Юрий Нефедов. Документ утверждает границы Санкт-Петербурга как исторического поселения федерального значения, а также предметы охраны и требования к градостроительным регламентам. Вступление в силу акта влечет применение дополнительных требований при осуществлении строительной деятельности в центре города (в пределах территории, которая отнесена к территории исторического

Кстати

В ГК РФ включены главы о недвижимости и правах на здания, сооружения, объекты незавершенного строительства, помещения и машино-места. Федеральный закон от 21.12.2021 N 430-ФЗ «О внесении изменений в часть первую Гражданского кодекса Российской Федерации».
Начало действия документа – 01.03.2023 (за исключением изменений в ст. 225 ГК РФ по бесхозяйным линейным объектам – вступило в силу 21.12.2021).

1. Определено, что здания и сооружения создаются не только в результате строительства, но также могут быть образованы в результате раздела здания, сооружения, единого недвижимого комплекса или в результате их объединения.

2. Для жилых и нежилых помещений установлен единый правовой режим и определено, что помещения, предназначенные для обслуживания иных помещений в здании или сооружении, являются общим имуществом и не участвуют в обороте как самостоятельные недвижимые вещи. Исключением является случай передачи таких помещений, пригодных для самостоятельного использования, в пользование третьим лицам по решению, принятому двумя третями голосов собственников помещений, машино-мест в здании или сооружении.

3. Уточнены положения об общем имуществе собственников помещений, машино-мест в здании или сооружении.

   Предназначение имущества для обслуживания более одного помещения, машино-места может следовать в том числе из его расположения и назначения, определенных при строительстве здания или сооружения, **либо из решения собственников помещений**, машино-мест.

4. Правообладатель ЗУ – лицо, у которого возникает право собственности на возведенный объект недвижимости.

   Право собственности на созданные здание, сооружение, объект незавершенного строительства, помещение, машино-место возникает **у собственника земельного участка / у лица, которому находящийся в государственной или муниципальной собственности земельный участок предоставлен** для создания соответствующей недвижимой вещи на котором расположены указанные объекты, **если ГК РФ, другим законом или договором не предусмотрено иное.**

5. Закреплено, что случайная гибель здания или сооружения, находящихся на чужом земельном участке, **не влечет прекращения права собственника этих здания или сооружения на земельный участок** (по договору или в объеме, необходимом для обеспечения доступа к объекту), если иное не предусмотрено законом или договором. Собственник погибших здания или сооружения имеет право на их восстановление в определяемом законом порядке.

   Право на ЗУ прекращается, если собственник погибших здания или сооружения, находящихся на чужом земельном участке, не приступил к восстановлению здания или сооружения в **течение пяти лет** с момента их случайной гибели, прекращается, если иное не предусмотрено законом или договором.

6. В случае сноса либо разрушения здания или сооружения, в которых расположены помещения, машино-места, **за собственниками** таких помещений, машино-мест **сохраняется право общей долевой собственности на земельный участок**, на котором были расположены эти здание или сооружение.

Источник: Vegas Lex

поселения), включая необходимость согласования архитектурного решения строящегося объекта с региональным органом охраны памятников (КГИОП), возможность применения к застройщику дополнительных мер административной ответственности. Например, в случае повреждения или уничтожения предметов охраны исторического поселения и т.д.

Для рынка коммерческой недвижимости, кроме того, важное значение имеют принятые в июле поправки в закон о долевом строительстве, предусматривающие возможность получения компенсаций дольщиками-покупателями нежилых помещений в «проблемных» домах, указывает **Юрий Аксенов, партнер Orchards**.

Держите меня семеро

В 2021 году государство снова решило поддержать отдельные сферы бизнеса, в частности – индустрию гостеприимства, рассказывает **Елена Степанова, партнер, руководитель практики недвижимости и строительства Capital Legal Services.** Эксперт отмечает Постановление Правительства РФ от 27.05.2021 № 799 «Об утверждении Правил предоставления в 2021 году из федерального бюджета субсидий на государственную поддержку туроператоров для обеспечения прироста внутренних туристических потоков», которое позволит получить дополнительное субсидирование туристическим объектам в ряде российских регионов. Федеральный закон от 02.07.2021 № 305-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» освобождает предприятия общественного питания от уплаты НДС с 2022 года. Постановление Правительства РФ от 04.02.2021 № 109 автоматически продлевает на один год лицензии на розничную продажу алкоголя, срок действия которых истек или истекает в 2021 году.

По словам Игоря Чумаченко, на заведения общепита в Москве распространят и программу субсидий для малого и среднего бизнеса в размере не более 1 млн руб. на определенные цели (покупка или лизинг оборудования, уплата коммунальных платежей; компенсацию затрат на мероприятия по профилактике коронавируса в размере не более 15 тыс. руб.; покупка средств индивидуальной защиты для сотрудников в размере не более 6,5 тыс. руб. на человека; уплата процентов по кредитам на развитие бизнеса). Получатели субсидии обязаны выполнять требование по вакцинации персонала и соблюдать ограничения, которые установил Мэр Москвы. Постановлениями Правительства Москвы предусмотрены и другие меры поддержки.

Из других принятых в Москве мер эксперт отмечает продление до 31 декабря программы льготных стабилизационных кредитов малому и среднему бизнесу. Она позволяет снизить процентную ставку по уже полученным кредитам, а новые – оформить на антикризисных условиях. Ранее программу продлевали до 1 июля; банкам, которые выдают по льготной ставке кредиты на пополнение оборотных средств или инвестиционные цели, продолжат возмещать недополученные доходы. При этом максимальный размер кредита составит 100 млн руб., а не 15 млн руб., как сейчас.

Юрий Аксенов
Orchards

Елена Степанова
Capital Legal Services

143

закона, из которых больше половины поддержали все фракции, были приняты Госдумой в осеннюю сессию 2021 года

Источник: ГД РФ

Сказано

«В прошедшем 2021 году Госдума выполнила 80,4% поручений президента РФ Владимира Путина, озвученных в рамках послания к Федеральному собранию. Из 51 пункта плана законодательного обеспечения реализации послания 2021 года выполнен 41»

Вячеслав Володин, председатель Государственной думы

Пройдите закодироваться

Вплоть до начала IV квартала 2021-го «пандемическое нормотворчество» носило скорее точечный, нежели системный характер, резюмирует Юрий Аксенов: в регионах вводились и отменялись разного рода санитарные ограничения, вводились нерабочие дни и требования обеспечить вакцинацию персонала, а Правительство запустило новую программу льготного кредитования «ФОТ 3.0» для поддержки наиболее пострадавших отраслей экономики, включая гостиничный и ресторанный бизнес.

В ноябре же на фоне безуспешных попыток сдержать рост заболеваемости власти решились на радикальный шаг, предложив закрепить право региональных властей вводить QR-коды для посещения общественных мест, включая торговые центры, кинозалы и рестораны.

Чем завершилась попытка предпринять непопулярные меры ради обуздания пандемии всем известно - снятие документа с рассмотрения было единогласно поддержано Советом Госдумы. Однако главам регионов де-факто пока сохранили право вводить точечные ограничения.

Номерной фонд

Наибольший же резонанс среди законодательных инициатив 2021 года вызвал так называемый «законопроект об апартаментах» (законопроект № 1162929-7), внесенный в Государственную думу в апреле, считает Юрий Нефедов. Документ обсуждался едва ли не больше, чем принятые в этом году законы. «Впрочем, учитывая возможные последствия принятия для рынка коммерческой недвижимости, это неудивительно, – полагает эксперт. – В то же время, предложенная к первому чтению редакция законопроекта вызвала больше вопросов, чем дала ответов».

Первоначальная редакция оказалась достаточно «сырой», различные комитеты и ведомства предоставили к нему значительное количество комментариев и замечаний, соглашается Сергей Трахтенберг – в итоге законопроект находится на доработке. Эксперт не исключает, что к моменту принятия текст претерпит существенные изменения, поэтому делать какие-либо выводы относительно содержания пока не считает целесообразным. Однако вместо регламентации категории «апартаменты» законопроектом предложено ввести понятие «многофункциональное здание», под которым понимается объект, размещаемый в зоне общественно-деловой застройки и включающий в себя как жилые, так и нежилые помещения. При этом, по словам Юрия Нефедова, в редакции законопроекта, внесенной в Думу, отсутствуют положения, регулирующие статус уже построенных комплексов, что удивляет, поскольку в утвержденной Правительством РФ дорожной карте, в развитие которой и был разработан законопроект, содержится указание на необходимость определения правового статуса апартаментов, включая ранее построенные. По словам г-на Нефедова, законопроект не решает вопросы, связанные со статусом объектов, которые по документам будут создаваться как полностью нежилые, но де-факто будут использоваться для постоянного проживания. Кроме того, за пределами правового регулирования останутся комплексы, размещаемые в иных нежилых зонах помимо общественно-деловых. Все подобные проекты по-прежнему будут находиться в «серой зоне». «В целях возможности размещения МФЗ в общественно-деловых и производственных зонах предусматривается внесение изменений в Градостроительный кодекс и Земельный кодекс, – уточняет Юрий Аксенов. – Значимая новелла –

закрепление за регионами права устанавливать собственные нормативы обеспечения МФЗ объектами социальной и иной инфраструктуры. Чем больше инфраструктурных обязательств будет возложено на девелопера, тем выше будет стоимость апартаментов». «Обсуждения вокруг апартаментов на протяжении многих лет варьировались в диапазоне от полного их запрета до полного их приравнивания к квартирам и наконец-то получили понятный вектор на уровне рассматриваемого законопроекта, – резюмирует Елена Степанова. Предлагаемые законодательные изменения снимают многие спорные вопросы, однако не дают ответы на все из них, например, что делать с уже построенными объектами. Законопроект еще будет дорабатываться, и точная оценка перспектив формата будет, безусловно, зависеть от того, какой документ мы получим в итоге».

Их зовут бонд

В 2021-м также активно обсуждалось развитие формата «бондовых складов», позволяющих существенно сократить сроки таможенного оформления импортируемых товаров, напоминает Сергей Трахтенберг. Возможность создания на территории страны реэкспортных и транзитных зон с большой долей вероятности приведет к активному строительству новых складских площадей на маршрутах транзита товаров между Европой и Азией, а также росту объема грузоперевозок. Детали будущего правового регулирования не раскрываются и будут определены Правительством самостоятельно, уточняет Юрий Аксенов. В декабре законопроект принят Государственной Думой в первом чтении, однако в дальнейшем в него могут быть внесены значимые изменения: в частности, со стороны Комитета по бюджету и налогам поступили предложения в части определения целей и основных элементов проектируемого эксперимента, а также установления конкретный срок действия предлагаемых мер с возможностью их пролонгации по решению Правительства.

Еще одной значимой инициативой для сегмента складов и логистики Игорь Чумаченко называет льготные условия приобретения земельных участков в аренду для развития и строительства логистических центров в Московской области. Так, статья 3 Закона Московской области от 18.03.2015 № 27/2015-ОЗ предусматривает возможность приобретения без торгов земельного участка, находящегося в собственности Московской области,

Важно

В 2021-м уточнен порядок внесения в ЕГРН сведений о выбранном ВРИ земельного участка/ Федеральный закон от 30.12.2021 N 493-ФЗ «О внесении изменений в статью 7 Земельного кодекса Российской Федерации и статью 8 Федерального закона “О государственной регистрации недвижимости”». Начало действия документа – 10.01.2022.

1. В отношении ЗУ может быть установлен один или несколько основных, условно разрешенных или вспомогательных ВРИ (это было и раньше, но не было закреплено).

2. Основной или условно разрешенный ВРИ считается выбранным с момента внесения сведений в ЕГРН, вносить сведения о вспомогательном ВРИ не нужно.

3. Если в ЕГРН отсутствуют сведения о ВРИ, выбранным считается вид разрешенного использования, указанный в правоустанавливающем и (или) правоудостоверяющем документе на ЗУ, выданном до 31 января 1998 года.

Законопроект разработан в связи с принятием постановления Конституционного Суда РФ от 16.10.2020 № 42-П (гражданку привлекли к административной ответственности за использование ЗУ не по целевому назначению, поскольку, выбрав вспомогательный ВРИ, она не внесла сведения о вспомогательном ВРИ в ЕГРН).

Позиция КС РФ также является продолжением правовой позиции ВС РФ. В определении Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации от 1 октября 2020 года N 310-ЭС20-8733 указано, что использование части земельного участка в соответствии со вспомогательным видом разрешенного использования не свидетельствует об использовании земельного участка не по целевому назначению, а отсутствие в Едином государственном реестре недвижимости сведений о виде разрешенного использования земельного участка не образует состава правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 8.8 КоАП Российской Федерации.

Источник: Vegas Lex

Кстати

С 1 марта 2022 г. вводится в действие актуализированный исчерпывающий перечень документов, сведений, материалов, согласований, необходимых при реализации проекта по строительству объекта капитального строительства

Постановление Правительства РФ от 25.12.2021 N 2490 «Об утверждении исчерпывающего перечня документов, сведений, материалов, согласований, предусмотренных нормативными правовыми актами Российской Федерации и необходимых для выполнения предусмотренных частями 3–7 статьи 5.2 Градостроительного кодекса Российской Федерации мероприятий при реализации проекта по строительству объекта капитального строительства, и признании утратившими силу некоторых актов и отдельных положений некоторых актов Правительства Российской Федерации».

Источник: Vegas Lex

муниципальной собственности, а также земельного участка, государственная собственность на который не разграничена, для целей реализации масштабного инвестиционного проекта (одно из предусмотренных ЗК РФ оснований для приобретения участка в аренду для строительства без торгов). На основании распоряжения губернатора Московской области при соответствии проекта критериям, установленным в ст. 3 Закона от 18.03.2015 № 27/2015-ОЗ, уполномоченный орган предоставляет земельный участок в аренду без торгов. Для целей обеспечения строительства размещаемого объекта, обеспечения реализации масштабного инвестиционного проекта, а также обеспечения эффективности и условий использования между юридическим лицом и Правительством Московской области заключается соглашение. Изменения – Законом Московской области от 01.02.2021 № 8/2021-ОЗ в перечень направлений реализации инвестиционных проектов включено «развитие, строительство распределительных центров». «Предполагалось, что проект закона будет способствовать развитию полного комплекса складских услуг при подготовке к продаже сельскохозяйственной продукции, – уточняет Игорь Чумаченко. – Но такого ограничения нет».

Кроме того, теперь в делах об оспаривании кадастровой стоимости негосударственные судебно-экспертные учреждения не могут быть привлечены для проведения строительно-технических и землеустроительных экспертиз, такие экспертизы могут проводить только государственные экспертные учреждения. «Теперь в таких спорах между владельцами недвижимости (плательщиками налога на имущество, исчисляемого из кадастровой стоимости) и государством роль судебных экспертов отведена исключительно государственным судебно-экспертным учреждениям, которые так или иначе зависят от государства, – поясняет Игорь Чумаченко. – Такая ситуация может нарушать принципы независимости и состязательности в судебном процессе, что предсказуемо скажется на судебных актах».

Несветлое будущее

«Оглядываясь на законотворческую деятельность ушедшей Государственной Думы VII созыва в 2020–2021 годах, можно отметить прежде всего лихорадочную, противоречивую, непоследовательную активность, направленную на борьбу с эпидемией, а также усилия, направленные на реализацию поправок в Конституцию РФ, принятых летом 2020 г, – резюмирует Виталий Можаровский. – В несколько меньшей степени драйвером законодательной активности послужил Указ Президента РФ от 21 июля 2020 г. №474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Для достижения национальной цели «Комфортная и безопасная среда для жизни» предполагается, в частности, улучшение жилищных условий не менее 5 млн семей ежегодно и увеличение объема жилищного строительства не менее чем до 120 млн кв. м в год, а также обеспечение доли дорожной сети в крупнейших городских агломерациях, соответствующей нормативным требованиям, на уровне не менее 85%. В частности, был принят закон «О всероссийской реновации» (от 30 декабря 2020 г. №494-ФЗ «О внесении изменений в Градостроительный кодекс Российской Федерации и отдельные

законодательные акты Российской Федерации в целях обеспечения комплексного развития территорий»). В развитие этого закона в течение 2021 года субъекты федерации и муниципальные образования принимали подзаконные нормативные правовые акты, поэтому можно ожидать, что в 2022 году механизмы комплексного развития территории заработают более активно, если, конечно, этому будет способствовать экономическая ситуация».

По-прежнему никак не может продвинуться правовое регулирование зон с особыми условиями использования территорий (ЗОУИТ), продолжает Виталий Можаровский. Обещанный к сентябрю 2021 года федеральный закон, который призван сократить количество видов ЗОУИТ, упростить порядок их установления, изменения и прекращения существования, так и не был внесен в Государственную Думу. Новый срок на его принятие – июнь 2022 года. Только после этого возможно утверждение Правительством долгожданных положений об отдельных ЗОУИТ, в частности, о санитарно-защитных зонах. По словам эксперта, застройщики и правообладатели коммерческой недвижимости очень часто сталкиваются с практическими проблемами квалификации имущества (движимое/недвижимое), в первую очередь – с налоговой точки зрения. Росреестр, Федеральная налоговая служба, разные коллегии Верховного Суда РФ высказывают многочисленные и часто противоречащие друг другу позиции по этим вопросам. «Несмотря на это, задача гармонизации гражданского, градостроительного и налогового законодательства в части определения критериев отнесения имущества к недвижимому на сегодняшний день пока выглядит как Гордиев узел, – вздыхает г-н Можаровский. – Вообще, если брать каждое законодательное изменение 2021-го по отдельности, то особых проблемных моментов нет, все они в той или иной степени направлены на упрощение девелоперских проектов и сделок с недвижимостью. Однако если смотреть на картину в целом, создается ощущение низкого качества законотворчества либо отсутствия у властей четких стратегических подходов к регулированию указанных отношений. Ведь все требования и процедуры, которые сегодня изменяются, устраняются или упрощаются, были введены в действие тем же законодателем совсем недавно». cRe

Кстати

Важнейшими для рынка «мерами года» остаются сокращение сроков прохождения процедур в части согласования и внесения изменений в правила землепользования и застройки, документация по планировке территории, а также установление предельного срока для подготовки рекомендаций о предоставлении или об отказе в предоставлении разрешения на отклонение от предельных параметров разрешенного строительства. 01 сентября 2021 года вступило в силу Постановление Правительства РФ от 28.05.2021 №815: документ вводит новый перечень стандартов и сводов правил в сфере строительства, в результате применения которых обеспечивается соблюдение требований Технического регламента о безопасности зданий и сооружений. Число обязательных к применению правил будет существенно сокращено, что, безусловно, позитивно отразится в целом на строительной отрасли. Аналогично 01 сентября 2021 года вступил в силу Федеральный закон от 01.07.2021 №275-ФЗ, которым вводится новый институт признания проектной документации типовой проектной документацией в целях ее последующего многократного применения к другим аналогичным проектируемым объектам. Также стоит отметить вступивший в силу с 01 июля 2021 года закон об установлении правил организации и осуществления контроля за деятельностью частного бизнеса (Федеральный закон от 31.07.2020 №248-ФЗ), который предусматривает внедрение риск-ориентированного подхода, ставшего трендом в последние годы. В зависимости от категории риска, к которой отнесен объект контроля, будет зависеть периодичность надзорных мероприятий. В частности, для объектов контроля из категории чрезвычайно высокого риска контрольные мероприятия должны будут проводиться не менее одного, но не более двух раз в год. Для объектов контроля из категории низкого риска плановые контрольные мероприятия проводить не планируется. Указанные нововведения позволят освободить бизнес от излишнего государственного контроля.

А вас я попрошу остаться

Торговые центры стараются не отпускать даже самых слабых арендаторов

По итогам двух лет пандемии у рынка торговой недвижимости и ретейла – собственный «эффект разбитого окна»: арендодатели стараются теперь не отпускать даже самых слабых арендаторов до тех пор, пока гарантированно не заполнят их место новыми. В условиях возрастающей ценности «атмосферности» и «сервиса на кончиках пальцев» в офлайне пустые и закрытые баннерами «аренда» площади влияют на покупателя больше обычного, снижая трафик для остальных арендаторов и объекта в целом, убеждены игроки.

Текст: Иван Майоров
Фото: Архив CRE

По прогнозу Минэкономразвития, за период 2022–2024 годов реальные располагаемые денежные доходы населения вырастут на 7,6%, а среднегодовой уровень безработицы составит 4,6%. Уже в III квартале 2021 года восстановительный рост российской экономики, вернувшейся на докризисный уровень 2019 года по итогам II квартала, продолжился, сообщают в Coface Россия.

Отыграли потери

В целом динамика ключевых макроэкономических индикаторов свидетельствует о том, что фаза активного восстановления отечественного рынка постепенно завершается: если в прошлом квартале ВВП вырос на 10,3% относительно соответствующего периода прошлого года,

то в этом – уже только на 4,3%. Тем не менее кризисные потери 2020 года наконец окончательно отыграны, считают эксперты компании.

Самый большой вклад в экономический рост внесли восстановление секторов розничной торговли, общественного питания и платных услуг, а также резкое увеличение пассажирооборота в транспортном секторе – на 49% к аналогичному периоду прошлого года. Оптовый и розничный товарооборот расширился на 6,7 и 5,3% соответственно, объемы добычи полезных ископаемых – на 9,4%, объемы строительства – на 5%. Вниз темпы роста российского рынка в III квартале при этом тянуло сельское хозяйство, производство в котором упало на 6,2%, отмечают авторы обзора. Темпы роста потребительских цен, несмотря на достаточно жесткую антиинфляционную политику Банка России, продолжили увеличиваться. Уже на конец III квартала уровень инфляции превышал целевое значение, установленное Банком России (4%), почти в два раза. В сентябре 2021 года годовая инфляция ускорилась до 7,4%, в октябре – до 8,13%, в ноябре – до 8,4%, максимального значения с 2016 года. Быстрый рост потребительских цен в III квартале был несколько компенсирован рекордным квартальным увеличением реальных располагаемых доходов населения – доходы россиян выросли на 8,1% по отношению к III кварталу прошлого года, что стало самым резким квартальным приростом с 2014 года, обращает внимание **Василий Чекулаев, генеральный директор Coface Россия**.

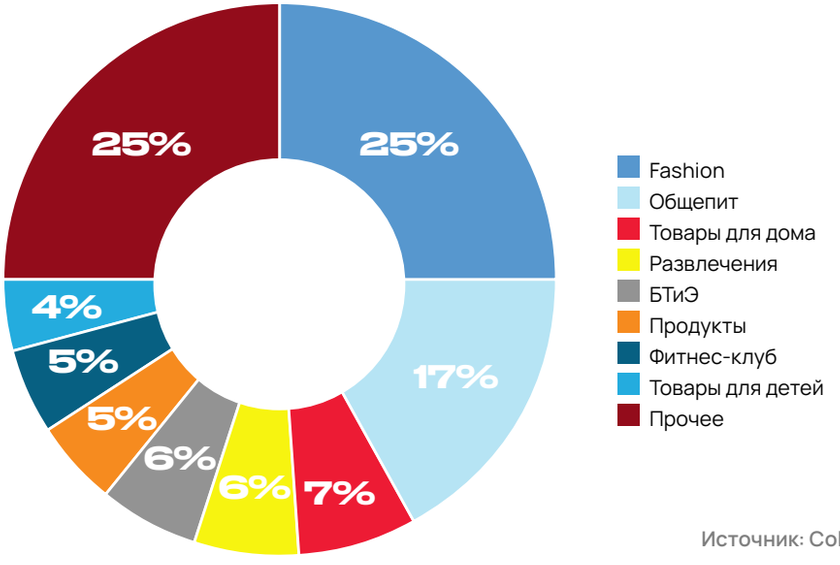
Восстановлению экономики и росту потребительского спроса способствует, по словам г-на Чекулаева, помимо прочего, и уверенное восстановление рынка труда. Уровень безработицы населения в возрасте 15 лет и старше в III квартале 2021 года составил 4,4% – это самый низкий показатель с начала 2020 года. На пике, который пришелся на III квартал 2020 года, уровень безработицы составлял 6,3%.

По данным Coface Russia Index (интегрального отраслевого индекса, который рассчитывается по внутренней методологии и отражает кредитоспособность и финансовую устойчивость бизнеса в конкретной отрасли по десятибалльной шкале, а также позволяет судить об экономической ситуации в отрасли в целом), самое значительное годовое сокращение наблюдается в косметической отрасли – в ней индекс ухудшился с 6,0 до 5,7, что связано с тем, что спрос на косметику резко упал на фоне карантинных ограничений и перехода большого числа сотрудников на удаленный формат работы. «Тренды, наметившиеся в отрасли в 2021 году, будут нарастать в 2022 году: мы не увидим ничего особенно нового, но увидим часть результатов тех перемен и реконцепций, которые стартовали в 2021-м, – рассказывает **Светлана Ярова, руководитель департамента брокериджа компании RRG**. – При этом те перемены, которые команды начнут в 2022 году, мы в полной мере ощутим в 2023-м, когда

Василий Чекулаев
Coface Россия

Светлана Ярова
RRG

Структура открытия магазинов сетевых ретейлеров на площадях торговых центров Москвы, % от количества (на основании выборки, 2021)



Источник: Colliers

Анастасия Довченко
Crocus Group

пройдут сроки согласований, строек, ремонтов и уже полноформатно откроются обновленные новые арендаторы и новые зоны, включая ребрендинги, переезды и реконцепции. При этом в стрите уже к весне 2022 года мы сможем говорить о сформировавшихся устойчивых векторах развития подсегментов – highstreet, районный стрит, магистральный стрит, инфраструктурный стрит и т.д.».

Мы с вами не знакомы

Юлия Корчагина
«Магазин Магазинов»

Последние два года вакансия растет как в большинстве торговых центров, так и на торговых улицах, констатирует **Анастасия Довченко, директор департамента недвижимости Crocus Group.** При этом ценовые ожидания лэндлордов в стрит-ретейле остались на высоком уровне: здесь уже стоит говорить о листе ожидания со стороны арендаторов, которые надеются на снижение аренды. Впрочем, в стрит-ретейле владельцы соседних помещений редко объединяются в группы и обсуждают общую стратегию действий, зачастую они даже не знакомы, сообщает **Юлия Корчагина, руководитель группы направления street-retail компании «Магазин Магазинов».** «Если проблему коммуникации удастся решить – то, возможно, мы увидим сокращение удручающих картин в некоторых локациях, таких как разбитые витрины и граффити по фасаду, – поясняет она. – Арендодатели же, владеющие несколькими помещениями в здании, как правило, относятся к своим объектам более ответственно и системно, нежели владельцы разрозненных помещений. От этого и такая разница в подходе – они решают разные задачи. Владельцу одного помещения нужно сдать только его, и совсем неважно, как идут дела у арендаторов по соседству. Владельцы целой линейки торговых помещений действительно сохраняют арендаторов на максимально льготных условиях, иногда только на условиях компенсации расходов на содержание помещения».

Договороспособность в стрит-ретейле вообще всегда зависит от интересов собственника, напоминает г-жа Корчагина: нужно «сдать и забыть» на несколько лет или же важно «статусно» поддерживать высокие

Светлана Кузьмина,
директор департамента торговой недвижимости Accent Capital:

– В своем ТЦ мы этого эффекта не наблюдаем. В момент самых длительных ограничительных мер и последующей паузы на рынке мы провели полную реконцепцию и репозиционирование ТЦ «Сокольники». Пандемия в ряде случаев даже позволила нам на более выгодных условиях разорвать отношения с арендаторами, которых мы не планировали оставлять в проекте. Конечно же, изменившиеся условия повлияли на наш график брокериджа, составленный до пандемии, но на сегодня вакансия в нашем ТЦ всего 2%. Реброкериджи, корректировка концепции были осуществлены уже в условиях изменившегося рынка. Наши новые арендаторы выходят на планируемые показатели товарооборота и показывают приемлемую для своих категорий арендную нагрузку.

В целом по рынку же многие ретейлеры воспользовались освободившимися лотами и заняли места в знаковых проектах, куда гораздо сложнее было попасть в другие периоды. Но зачастую ретейлеры вместо ожидания переориентируются на другие предложения на рынке, например, вместо открытий в крупных моллах открываются в районных ТЦ, которые, безусловно, выиграли в условиях пандемии за счет своей близости к посетителям.

ставки аренды – получив сверхприбыли в более успешные годы, сейчас можно не торопиться сдавать помещение на сниженных условиях. Кроме того, важен опыт арендодателя на рынке торговой недвижимости – в сегменте стрит-ретейла традиционно сохраняется самый высокий процент непрофессиональных собственников.

Добро пожаловать отсюда

Как долго можно держать «в стрите» испытывающего сложности арендатора? Оптимально – до согласования нового договора аренды, считают в «Магазин Магазинов». Но если дела арендатора настолько плохи, что одно его присутствие является антирекламой для помещения, то имеет смысл попрощаться. «В любом случае пустые помещения, завешанные безымянными баннерами “скоро открытие”, вызывают ощущение невостребованности объекта, если, конечно, речь не идет о только что построенной галерее или молле, – резюмирует **Борис Мезенцев, операционный директор MD Facility. –** Но вот в случае с торговыми центрами влияние этого фактора все-таки преувеличено – на объекте обычно есть якорные арендаторы и сильные сетевые бренды, которые в первую очередь и формируют трафик. А на них как раз события последних двух лет оказали меньшее влияние, и закрывались они реже, чем магазины-одиночки». Для торговых центров одномоментная потеря большого количества арендаторов более болезненна, но и для стрита ситуация также бывает релевантна, парирует Светлана Ярова. Особенно если речь идет об инфраструктурном стрит-ретейле в жилых или деловых кварталах, где пул арендаторов призван обеспечить комфорт и стабильность для жильцов или резидентов делового кластера.

Штирлиц идет по коридору

У торгового центра – три клиента, напоминает Светлана Ярова: собственно посетитель-покупатель, арендатор и инвестор. Политика «открытых дверей» была и остается важной для всех групп клиентов, но особенно актуальной становится сегодня для крупных моллов, где в случае ухода более 20% арендаторов может начаться необратимый процесс исхода сначала посетителей, а следом – и остальных арендаторов. По словам эксперта, важно и то, что чем выше зрительная вакансия центра, тем сложнее ее сократить: сомнения новых арендаторов вырастают вдвойне, а высокий уровень риска является сегодня серьезным стоп-фактором в переговорах.

Борис Мезенцев
MD Facility

Для акционеров, в свою очередь, важно наличие стабильного позитивного арендного потока, а любой простой – это финансовые потери. Поэтому аккуратная ротация – более оправданная политика, нежели резкая эмоциональная смена арендаторов из-за недовольства уровнем арендных ставок текущих арендаторов, полагают в RRG: большое количество пустующих помещений в любые времена негативно

Кстати

E-commerce продолжает наращивать свою долю в розничном товарообороте, которая, тем не менее, все еще остается незначительной. По данным DataInsight, по итогам 2021 года доля онлайн-торговли составила 10,9% общего розничного товарооборота, или 3,8 трлн рублей, а в 2022 году, по прогнозам, достигнет 14,2%, или 5,2 трлн рублей. В настоящее время положительная динамика развития e-commerce оказывает значительное влияние на стратегию девелоперов и ретейлеров, стимулируя инвестировать средства в изучение клиентского опыта, адаптировать и трансформировать стратегию развития своих сетей и портфеля объектов под новые предпочтения потребителей.

Источник: Colliers

сказывается на восприятии и посещении покупателей торговых центров. «Конечно, хоть какой-нибудь арендатор как в стрите, так и в торговом центре лучше, чем закрытое баннером помещение, а повальное закрытие приводит к образованию мертвых зон, куда посетители даже не заглядывают, и любой магазин там обречен не закрытие, – соглашается **Павел Люлин, управляющий партнер УК IPFM.** – Да, торговые центры, особенно находящиеся не в самых выгодных местах, в последнее время имеют сложности с наполнением площадей и стараются удержать арендаторов. Но поскольку большинство таких магазинов были “посажены” еще в доковидные времена, то это не бросается в глаза. Другими словами, нельзя сказать, что эти арендаторы слабые, или некачественные. Конечно, бывают и исключения – когда у арендаторов просто не хватает ресурсов на поддержание товаров на полках и персонала в магазине. Такой арендатор нам не нужен - лучше уж заменить, пусть даже на поп ап или общественно- полезную концепцию».

Павел Люлин
УК IPFM

Из двух зол…

Не всегда свободная площадка хуже, чем «слабый» арендатор, поддерживает Анастасия Довченко. Негативные последствия сохранения такого партнера бывают куда серьезнее для арендодателя, чем его отсутствие: возможная постоянная дебиторская задолженность, а также вынужденное снижение арендной платы и рассмотрение обращений со стороны других арендаторов. В итоге часть собственников пытаются по-прежнему сдавать площади, как и раньше, а наиболее дальновидные владельцы меняют команды и пробуют изменить ситуацию либо за счет сценариев переговоров с арендаторами и возвратом тех, кого в эмоциях потеряли, либо уходят в реконцепции, порой довольно весомые, говорит Светлана Ярова. «Например, у нас есть опыт трансформации торгового центра в многофункциональный центр с образовательной и медицинской функцией, что в итоге оказалось более эффективным, чем сдача в аренду здания, как и раньше, под торговый центр, – вспоминает она. - Есть и еще один выход – продажа объекта и уход в другие, более привлекательные инвестиции для конкретного владельца. Для целого ряда проектов это единственный выход из ситуации, поскольку любая реконцепция требует профессионализма команды, инвестиций и мотивации к осознанным переменам. Вот последнего часто и не хватает».

Анастасия Довченко обращает внимание, что полноценные «переориентиры» (например, в офисы или склады) имеют место только после окончательного понимания, что в ближайшие 6 месяцев торговых арендаторов по тем или иным причинам на пустующие помещения не найти. Кроме того, использование торгового помещения в качестве офисного и складского может быть временным – до поиска замены соответствующего партнера

Анна Лапченко,
руководитель отдела торговой недвижимости Knight Frank St Petersburg:

– Действительно, сейчас наблюдается ситуация, когда арендодатели предпочитают сохранять помещение за имеющимся арендатором до момента подписания предварительного соглашения с новым арендатором. Арендодатели предпочитают договориться с арендатором и получать даже минимальный арендный поток и оплату за коммунальные услуги, чем пустое помещение. Также стоит отметить, что пустующее помещение теряет свою презентабельность сразу после съезда арендатора. Поэтому для собственника предпочтительнее, если оно «живет»: с освещением, с мебелью, с товаром и не теряет привлекательности для потенциальных будущих арендаторов. На период существенного дисконта на аренду стороны договариваются о подписании доп. соглашения об аренде со скидкой, с условием, что арендодатель имеет право в одностороннем порядке расторгнуть договор, уведомив арендатора заранее.

Если все-таки помещение освободилось, то собственники зачастую не торопятся с вывеской «аренда», т.к. у помещения с вклейками начинается срок экспонирования на рынке, и в случае долгой вакансии у помещения появляется репутация невостребованности, поэтому многие собственники предпочитают позиционирование объекта без вклеек. Высокая вакансия в Петербурге наблюдается на улицах Владимирская, Каменноостровский проспект и Некрасова.

(если позволяют как документальное назначение, так и технические, визуальные возможности). Одной из опций также может быть временное или постоянное использование помещений под социальные проекты (например, все те же МФЦ или пункты вакцинации, пункты организации проведения медицинского тестирования и прочее). «Хорошие примеры – это открытие поп ап магазинов, ярмарок дизайнеров или других арендаторов, которые готовы заходить “за OPEX”, или организация общественных зон, – поддерживает Павел Люлин. – Но, конечно, “черные дыры” всегда можно и просто закрыть баннером “Скоро открытие”».

Пошли на принцип

Теоретически любого арендатора можно держать, пока он покрывает затраты на свое содержание, компенсирует коммунальные расходы и (возможно) дает некоторый процент от товарооборота, перечисляет Павел Люлин.

Но есть и другая сторона медали – другие, даже вполне благополучные арендаторы могут начать требовать скидки и особые условия. В итоге даже самый лояльный арендодатель далеко не всегда готов удерживать арендатора любой ценой – многое зависит от финансовых показателей арендатора (доли арендной платы в его обороте) и ситуации на рынке с сегментом, где тот работает, от возможности быстрой ротации и истории взаимоотношений.

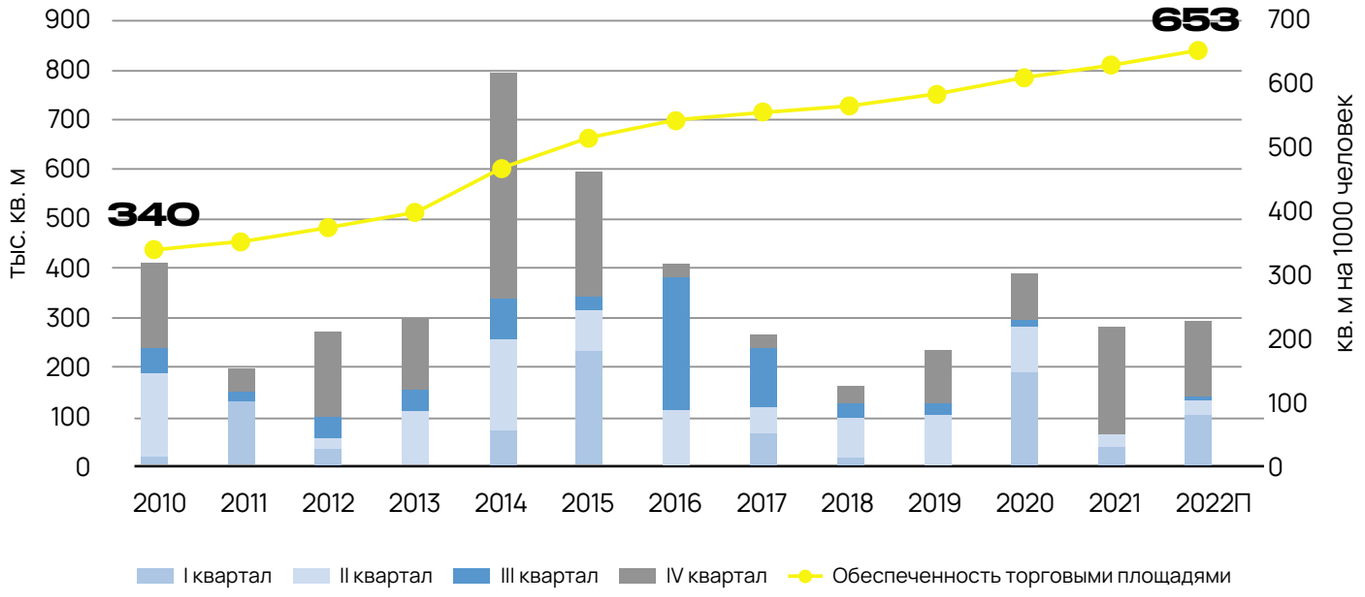
«Более договороспособными традиционно остаются собственники объектов, испытывающих трудности с покупательским трафиком и арендаторами, – констатирует Борис Мезенцев. – Тяжелее приходится и собственникам региональных объектов – в регионах покупательская способность снизилась сильнее. И, с одной стороны, пусть уж будет хоть какой-то арендатор и платит хоть

Кстати

Активность выхода новых международных брендов по итогам 2020 года ожидаемо снизилась: на рынке появилось всего 19 ретейлеров, что на 30% меньше результата 2019 года

Источник: JLL

Динамика ввода торговых площадей в качественных ТЦ Московского региона и обеспеченности торговыми площадями, 2010–2022П



Источник: Colliers

сколько-то, чем никакого, и тогда его нужно держать до появления замены. С другой – раньше или позже об этой ситуации, как уже говорилось выше, узнают другие арендаторы и начнут требовать таких же условий для себя – но предоставление таких скидок в массовом формате невозможно. В общем, если базовый лист ожидания пуст, возможен пересмотр ценовой политики в отношении помещения или изменение требований к потенциальному арендатору. Еще один возможный вариант – бывает, что компания, управляющая большим количеством брендов, заходит на объект не полным пулом. И тогда имеет смысл договориться об открытии на объекте магазинов других брендов игрока. Кроме того, собственник может и сам диверсифицировать свой бизнес, взять франшизу (или даже стать представителем еще не присутствующего на российском рынке иностранного бренда) и таким образом заполнить вакантное место».

Под надуманным предлогом

Однако сомнительные с точки зрения бизнеса варианты могут зависнуть надолго, говорит Светлана Ярова. Эксперт, кроме того, указывает на рост значимости человеческого фактора: порой даже удачные помещения, если локация незнакома отделу развития, могут встречать надуманные возражения и нежелание выехать на место. «Выезд же на место и грамотная работа команды сделки по предоставлению фактуры позволяют изменить отношение к таким обьектам, – поясняет она. – А дальше начинается самое интересное: как только конкуренты узнают о том, что вариант выбран или прошел инвесткомитет какой-либо серьезной сети, сразу начинается тендер среди нескольких претендентов, и ставка аренды может пойти вверх. Мы очень не любим такую историю, так как подобные “нездоровые аукционы” разогревают условия и порой делают их реально неподъемными для арендатора с точки зрения регулярности исполнения. То есть, с одной стороны, владелец недвижимости рад, что в договоре появляется желаемая ставка аренды, а с другой – есть реальный риск того, что через несколько месяцев оператор придет за скидкой или вообще закроется, и снова придется искать замену».

К слову

Кто виноват – ясно. Что делать?

Текст: Вальдемар Вайсс, глава российского представительства Мунитор Группе

После двух кризисов собственников, желающих помахать саблей вострenькой, все меньше. Инвесторов, готовых к диалогу, значительно больше.

Теория же, которую мне преподавали, гласила: ни одного пустого места на объекте, но все должно быть пристойно, то есть на выходе из супермаркета размещать дилдошную – это не креатив, хотя встречал я в Подмосковье и такое. Еще до пандемийного разлома сознания и экономики я проводил на объектах политику: заполнишь объекты хоть кем-нибудь, хоть чем-нибудь и получишь пирожок с макаронами. Здесь главное не травмировать потенциального покупателя зиянием пустоты.

Но немецкая теория вступает в диссонанс с российской практикой: где найти платежеспособного арендатора? И ассортимент их невелик, и выбор какой-то второсортный.

Перестать переживать из-за сегодняшних неприятностей, потому что завтра будут новые – это не выход, это вход в затяжную турбулентность. А у нас всех сейчас несколько основных задач. Первая задача – не потерять арендатора: тех, кто в строю и вибрирует, – поддержать, не дать им уйти в пике; которых трясет и качает – реанимировать и стабилизировать, как бы по-медицински это ни звучало. Мы, например, нанимали тренеров по продажам, приглашали профессионалов ретейла на объекты, которые помогали арендаторам организовывать выкладку товара и сервис, обслуживание клиентов. То есть мы не только давали скидки, но и реальную возможность обновления бизнеса, и повышения его эффективности, параллельно разыскивая и создавая лист ожидания. Здесь важен глагол «создавать».

Вторая важная задача – искать больших, малых, крохотных системных операторов. Если таковых нет - создавать из «непричесанных» и деструктивных видимость – системных. Берешь рыночного «барыгу», чистишь-моешь ассортимент, бренд, вывеску – и вот уже он у тебя модный стартапер, продукт твоего собственного бизнес-инкубатора. На бегу учишь соблюдать правила советского общежития и торгового центра: не пить на рабочем месте, закрывать и открывать помещение вместе с обьектом, а не как бог на душу положит.

Необходимо искать разумные франшизы и предлагать собственнику их реализацию, если нет других инвесторов на примете. Важно не ошибиться в бренде и франшизе, слишком высок процент псевдобрендов и лжефраншиз.

Одна из актуальных повесток – дробление площадок на более мелкие. Это также одна из довольно успешных тактик заполнения площадей на рынке, один из апологетов данного подхода – компания Ассортида. На рынке сейчас довольно много таких операторов, собрать пазл из небольших операторов и обеспечить высокую доходность собственнику – это высший пилотаж.

В том, что я описал, нет никакого ноу-хау, все это в той или иной степени занимает все рабочее и свободное время нормального управленца. Но всегда найдется пара – тройка эскимосов, советующих нигерийцам, как бороться с жарой и солнцем, так вот, не хотелось бы уподобляться таким гражданам. Придя же в объект с незаполненными площадями, покупатель вернется в него в следующий раз через полтора года, об этом говорит статистика. Не удержишь арендатора, потеряешь, не договоришься, потом ищи-свищи. Поэтому – меняем функционал, идем навстречу пожеланиям.

Fjord City

Осло, Норвегия

Виктория Петросян,
начальник отдела анализа зарубежных практик Управления инвестиционного анализа ГБУ «Агентство промышленного развития Москвы»

Fjord City — проект редевелопмента на берегу залива Oslofjord в Осло. Большая часть территории порта опустела с переносом грузовых операций в другую часть города. Администрация решила превратить территории бывших верфей в новый культурный и деловой кластер Осло.

Предпосылки

До 1980-х годах Осло был преимущественно промышленным и портовым городом. Промышленные территории, железнодорожная ветка и автомагистраль отделяли всю центральную часть города от берега залива.

Портовые территории Осло в течение первой половины XX века в основном обслуживали транспортировку нефти. В 1973 году произошел нефтяной кризис, который привел к кризису танкерных судоходных компаний Норвегии. Вскоре последовали расторжения контрактов на строительство верфей. Даже наиболее успешные компании, работавшие на морском месторождении, стали закрываться начиная с 1980-х годов из-за высоких затрат на рабочую силу и материалы, а также высокого уровня инфляции.

Параметры проекта

Статус реализации

В процессе реализации

Расположение

Осло, Норвегия

Площадь зданий

2,1 млн кв. м

Рабочие места

ок. 50 тыс.

Территория редевелопмента

228 га

Новых квартир построено

9 тыс.

Протяженность пешеходной набережной

9 км

Ход реализации

Одним из первых в 1982 году закрылся судостроительный завод Акера. С этого момента началась первая волна преобразования порта. Ассоциация ландшафтных архитекторов и Общество охраны культурного наследия Осло выступили с инициативой организовать конкурс на разработку концепции для территории площадью 26 га. Администрация порта поддержала их и выделила средства на конкурсный фонд. Его также профинансировали банки, страховые, транспортные компании, а также собственник большей части территории Aker Industrial Group. К 1998 году на территории построили многофункциональный район с офисами, магазинами и жильем. Часть зданий завода сохранили и переоборудовали под новые функции.

Постепенно закрывались и другие верфи. Администрация Порта Осло решила расширить его деятельность и внедрить новую транспортную технологию – контейнерную обработку грузов. В 1990-е контейнерные перевозки набирали обороты во всем мире. Осло стал востребованным направлением: с ростом вместимости судов и увеличением грузопотоков

Общая длина берега, использующаяся судами, сократилась с 11 км в 1990-х до 6 км в 2020 году

Первая волна редевелопмента – 1990–1998 годы, вторая – 2003–2009 годы, третья – с 2010-го по настоящее время

возникла потребность в больших площадях для хранения и обработки грузов. Ценная земля в центре Осло не подходила под эти требования. Администрация города решила перенести большую часть грузовых операций юго-восточнее в терминал Sydhavna. В центре оставили только пассажирские терминалы.

С этого момента у городской администрации возник выбор, как развивать бывшие портовые территории в условиях роста населения и угрозы «расползания» города. Муниципалитет начал сотрудничать с администрацией порта. В 2000 году городской совет Осло принял «Решение о городе фьорда» по преобразованию береговых территорий и The Fjord City Strategy. Приоритетным шагом было открыть доступ жителей к воде – создать пешеходную набережную и пустить вдоль берега новую трамвайную линию.

Проектом руководит Департамент градостроительства Осло. В 2002 году муниципалитет основал проектную группу The Waterfront Planning Office. Результатом работы команды стал The Fjord City Plan — общая концепция развития бывшего порта с учетом уже реализованной части. Он был принят городским советом Осло в 2008 году.

Подводный тоннель длиной 675 м был завершен в 2010 году

Территория разделена на 11 районов развития и несколько очередей реализации. Перед реализацией каждого этапа заключаются соглашения между собственниками земельных участков. Совместно с ними на каждую часть проекта муниципалитет определяет целевые параметры застройки и необходимую инфраструктуру. Для всей территории были разработаны рекомендации по культурно-событийной программе и повышению экологичности проекта.

В Fjord City было решено расположить значимые культурные объекты – Оперу Осло, Библиотеку Осло, Национальный музей и Музей Мунка, Аквариум. Эти объекты привлекли в район новых резидентов и способствовали увеличению стоимости прилегающей земли.

1982

закрылся судостроительный завод Акера

1998

был реализован пилотный участок первой очереди редевелопмента – завод Акера

2000

городской совет Осло принял «Решение о городе фьорда» по преобразованию береговых территорий и The Fjord City Strategy

2002

муниципалитет основал команду The Waterfront Planning Office

2003

началась реализация самой крупной части проекта — Bjørvika

2008

Городской совет принял The Fjord City Plan, созданный проектной командой

2009

была закончена реализация второй очереди редевелопмента

2010-наст. время

продолжается реализация третьей (и последней) очереди редевелопмента

2030

ожидается окончание третьей очереди

Основные документы

- «Решение о городе фьорда» (англ. Fjord City decision) — документ о развитии территории как «Города-фьорда» (англ. Fjord City) вместо «Города-порта» (англ. Harbor City). Принят Городским советом.
- The Fjord City Strategy — стратегия, которая обозначила основные принципы проекта и первоначальные шаги, такие как развитие пешеходной набережной и общественного транспорта в районе.
- The Fjord City Plan — результат работы The Waterfront Planning Office, общая концепция развития бывшего порта с учетом уже реализованной части.
- Локальные планы – документы, содержащие новые детальные параметры разрешенного строительства.
- Соглашения между собственниками земельных участков (норв. Grunneieravtale) содержат положения о распределении затрат, обеспечении доступа к земле и совместном использовании общей инфраструктуры.
- Национальная транспортная стратегия – в рамках этого документа для части трассы European Route E18 построили тоннель.

Финансирование

Проект финансируется на государственные и частные средства. Экономическая модель проекта была основана на сотрудничестве собственников, застройщиков и муниципалитета. Застройщик обязан платить взнос за каждый квадратный метр построенной площади. Это обеспечивает доход для финансирования необходимой инфраструктуры, такой как улицы и площади, транспортные решения, набережные, каналы и парки. Обязательство закрепляется контрактом на строительство между муниципалитетом Осло и девелоперами. Таким образом, муниципалитет Осло не несет прямого финансового риска.

Доходами от продажи земли и недвижимости на портовых территориях Администрация Порта смогла профинансировать расширение терминала Sydhavna, куда перенесли все грузовые операции.

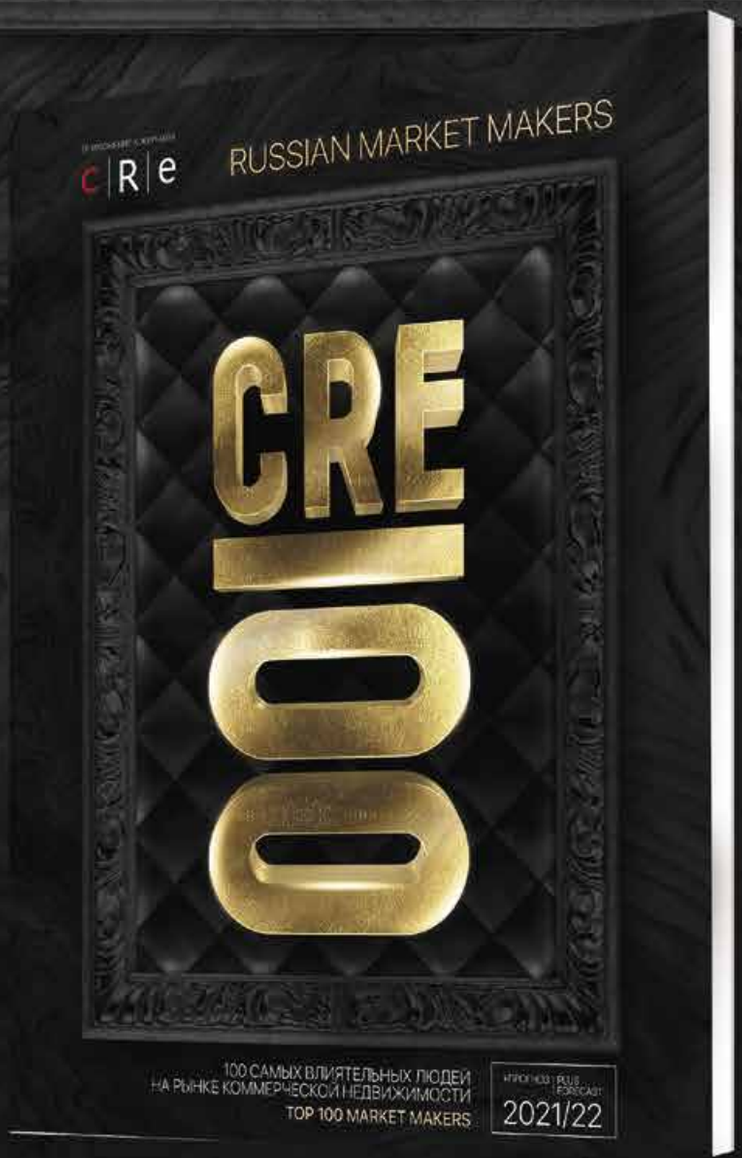
Функциональное наполнение

- Жилье
- Офисы
- Объекты торговли
- Обьекты культуры и досуга
- Гостиницы
- Промышленность
- Транспортная инфраструктура (тоннель и новая линия трамвая)

Задействованные стороны

1. Администрация Порта (англ. Port Authority) – инициатор проекта, собственник большей части территории.
2. Норвежские железные дороги (англ. Norwegian Railways) – собственник большей части территории.
3. Частные компании, в т.ч. Aker Industrial Group — собственники небольших участков.
4. Администрация города (англ. the Municipality of Oslo) – финансирует инфраструктуру (школы, дет. сады и т.д.), один из собственников земли.
5. Городской совет (англ. Oslo City Council) – принял ряд документов о развитии территории.
6. Департамент градостроительства (англ. City Planning Authority) – руководит проектом.
7. Региональные и государственные власти – финансировали строительство тоннеля при реконструкции европейской магистрали, а также культурные объекты государственного масштаба — Оперу Осло, Библиотеку Осло, Национальный музей и Музей Мунка.
8. Проектная команда The Waterfront Planning Office — разработчик The Fjord City Plan. Команда также проводила кампании по вовлечению общественности в проект.
9. Snøhetta, Niels Torp, MVRDV, Renzo Piano Building Workshop, Kleihues & Schuwerk, Lund Hagem и др. — авторы проектных решений.

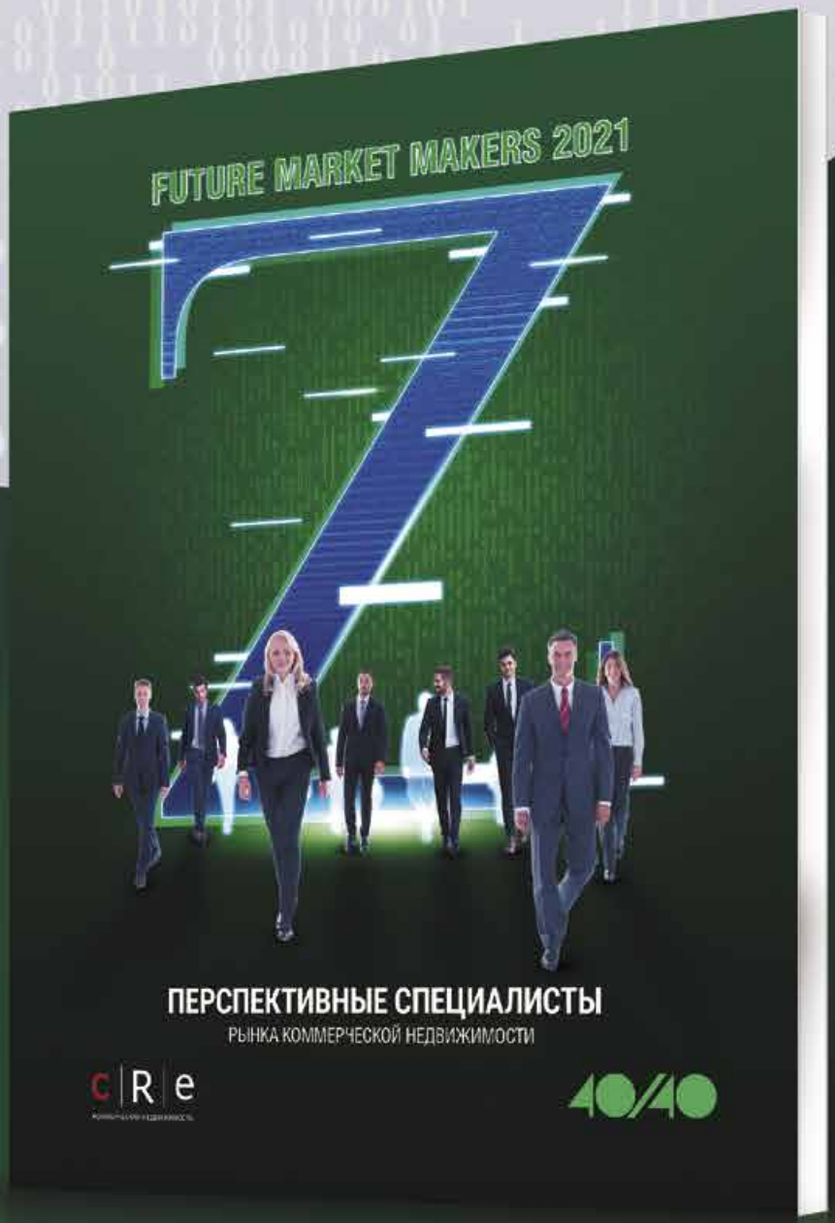
Реклама



TOP 100 - THE MOST INFLUENTIAL PEOPLE OF THE INDUSTRY

Для приобретения издания свяжитесь с редакцией по телефону :
8 (499) 490 04 79

Реклама



- 40/40 — проект журнала Commercial Real Estate, в который входят 40 лидеров рынка коммерческой недвижимости в возрасте до 40 лет.

КТО БУДЕТ ЛИДЕРАМИ РЫНКА В 2030 ГОДУ?

ИЩИТЕ ОТВЕТЫ В ПРОЕКТЕ 40/40

Для приобретения издания свяжитесь с нами по телефону: +7 (499) 490-04-79