

С | R | e

ПОБЕДА ПРИЯТНА. НО ВАЖНО ТОЛЬКО, ТО,

КАК МЫ СМОГ ИЗМЕНИТЬ МИР НА ПУТИ К НЕЙ

№5 (439) | Май 2024
www.cre.ru

ИНОГДА ОНИ ВОЗВРАЩАЮТСЯ?

6
ТЕМА
НОМЕРА

18 Скрытые резервы
развития складского
рынка
МНЕНИЕ

66 В зону
комфорта
ОФИСЫ

74 нет плохой
погоды
ИНДУСТРИЯ
ГОСТЕПРИИМСТВА

ВНУТРИ
**CRE
RETAIL**



ИГОРЬ БОГОРОДОВ:

«Теперь логистика во многом управляет бизнесом и развитием компании»

Telegram канал
@CRERussia



СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР ЖУРНАЛА



СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР ЖУРНАЛА



2 0 3 4

WHO are

WE BUILDING FOR?



16+ РЕКЛАМА

06
ИЮНЯ

ВСТРЕЧА МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ И ВЕДУЩИХ ДЕВЕЛОПЕРОВ
КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ, КОТОРЫЕ В ФОРМАТЕ ЖИВОГО ДИАЛОГА
СПРОЕЦИРУЮТ ПРОФИЛЬ БУДУЩЕГО АРЕНДАТОРА

ТОЧКА ОТСЧЕТА - 2034 ГОД

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



RAVEN RUSSIA

ОРГАНИЗАТОР

c | R | e event

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ

c | R | e
коммерческая недвижимость

CRERETAIL

c | R | e .RU



Иногда они возвращаются... Призраки прошлого имеют такую привычку – вновь и вновь напоминать о себе. Происходит это лишь потому, что человеческому мозгу для того, чтобы оценить какой-то новый предмет или невиданное доселе явление, необходимо сравнить их с каким-то эталоном. А этот эталон мы можем взять только из пережитого личного опыта. «Лихие 90-е» канули в Лету четверть века назад, а мы (не все, но – многие, многие) при первых же признаках нестабильности начинаем опасаться возвращения тех времен. Потому что не было на нашей памяти более непредсказуемых лет, запомнившихся не только разгулом свободы, но и ощущением поехавшей под ногами земли.

Вот и сейчас нет числа разговорам о том, что на горизонте замаячил призрак 90-х. Капризная девушка Клио отличается склонностью к повторению пройденного. Каемся, не удержались и мы от того, чтобы сравнить нынешнее время и события тридцатилетней «выдержки». Обсудили с экспертами рынка все различия и сходства той эпохи и те-

Михаил Аносов,
главный редактор CRE
cre-editor@presskom.net

кущей и пришли к выводу... Впрочем, сохраним интригу, а то вам будет неинтересно читать нашу тему номера.

С прошлым разобрались, обратимся к будущему. Что будем строить лет этак через -дцать? Этому животрепещущему вопросу посвящены остальные материалы. Мы постарались затронуть все основные сегменты: офисы, склады, ретейл... И здесь не могу удержаться от своего рода спойлера. Рынок коммерческой недвижимости и то, каким он будет через десять лет, мы будем активно обсуждать на нашем мероприятии, которое состоится 6 июня. Следите за нашими анонсами – будет мега-интересно.

Ну а пока живем настоящим. В нашем настоящем царит стабильность – в Москве уже в двадцать первый раз прошла церемония награждения победителей CRE Moscow AWARDS. Сегодня, листая страницы с фототчетом, вы можете вновь пережить мгновения радости и гордости за профессионалов нашей отрасли, которые праздновали победу в самом престижном испытании.

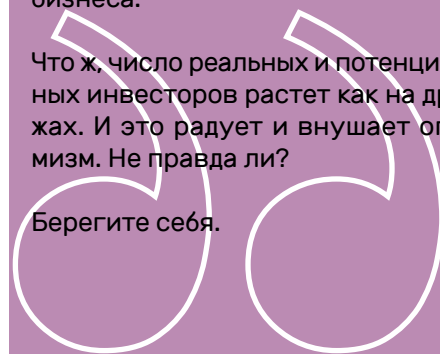


Ну и напоследок, не могу не поделиться многообещающими результатами недавнего исследования настроений россиян.

Финансовый маркетплейс Банки.ру и девелопер ПИК выяснили, как наши сограждане, активно интересующиеся финансовой тематикой, работают с коммерческой недвижимостью. 39% опрошенных заявили, что у них уже есть инвестиции или собственность в виде коммерческой недвижимости: помещения свободного назначения (под кафе, магазинчики, парикмахерские и т.д.), офисные или складские лоты и даже промышленные. А 55% из тех, кто до сих пор к commercial real estate относился снисходительно, хотят купить коммерческую недвижимость в будущем для сдачи в аренду, перепродажи или открытия собственного бизнеса.

Что ж, число реальных и потенциальных инвесторов растет как на дрожжах. И это радует и внушает оптимизм. Не правда ли?

Берегите себя.



5 (439)
17.05.-17.06.2024

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ

Главный редактор: **М.А. Аносов**
Выпускающий редактор: **Филипп Резников**
Литературный редактор: **Елена Селиверстова**
Корреспонденты: **Екатерина Реуцкая,**
Влад Лория, Алина Арсенина
Дизайнер-верстальщик: **Александр Гришин**
Дизайн обложки: **Алексей Важенин**
Отдел производства: **Михаил Лебедев,**
Алексей Кошелев
Разработка дизайн-макета: **Ольга Черкасова**
Фотография на обложке: **Архив CRE**

По вопросам размещения
рекламы:
Алена Мужикян
(коммерческий директор)
salecre@presskom.net
+7 (499) 490-04-79

ОБ ИЗДАНИИ

Commercial Real Estate/«Коммерческая Недвижимость» (16+)
Издатель – ООО «Пресском»
Генеральный директор – Л.Ю. Михайлова

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» представлены более чем в 200 бизнес-центрах классов А и В Москвы, в крупных агентствах недвижимости, а также в девелоперских, инвестиционных, консалтинговых и управляющих компаниях, банках и пр. Издание распространяются на мероприятиях CRE, а также на крупных профильных выставках и мероприятиях Москвы.

Выход в свет – 17.05.2024
Отпечатано в ООО «Медиаколор».
Свободная цена
Тираж 12 000 экз.

 Этим значком в текстах отмечаются компании, входящие в CRE League.

Адрес издательства
117105, Москва, Варшавское шоссе, д. 33
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

Журнал выпущен при поддержке:



РИВЕР ПАРК
КОЛОМЕНСКОЕ

MD
FACILITY
MANAGEMENT
A Division of OMC

С R e в номере

6

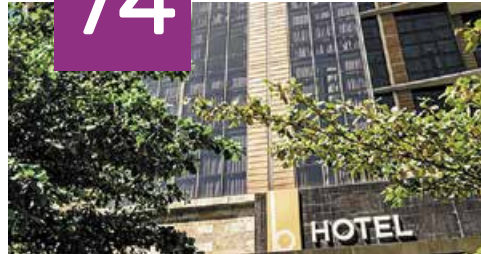
ТЕМА НОМЕРА



Иногда они возвращаются?

74

ИНДУСТРИЯ
ГОСТЕПРИИМСТВА



Нет плохой погоды

18

МНЕНИЕ



Скрытые резервы развития
складского рынка

82

CRE LEAGUE
MEMBERS



Алексей Новиков:
«Не стоит гнаться за мгновенным
успехом, жертвуя репутацией»

CRE
MOSCOW AWARDS 2024

XXI

ЕЖЕГОДНАЯ
ПРЕМИЯ В ОБЛАСТИ
КОММЕРЧЕСКОЙ
НЕДВИЖИМОСТИ

ЛИДЕРЫ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Фоторепортаж

стр. 23

66

ОФИСЫ



В зону комфорта

ВНУТРИ

CRE
RETAIL

86

Показательные
выступления

В ПЛОМБЕ



ИНОГДА ОНИ ВОЗВРАЩАЮТСЯ?

Два года назад начавшийся на рынке коммерческой недвижимости, в ретейле, e-commerce, индустрии гостеприимства и логистике период многие называли «новыми девяностыми» и «девяностыми наоборот»: из страны массово уходили транснациональные игроки, начался самый глобальный за 30 лет передел активов с парадом дауннейминга и даунбрендинга, а по итогам 2023-го был зафиксирован рекордный в истории наблюдений объем инвестиций в недвижимость.

Ситуация очень динамичная, и до сих пор за считанные месяцы все может перевернуться вверх дном, констатирует **Алексей Ефимов, генеральный директор IBC Real Estate**. «В прошлом году мы наблюдали рекордный в истории объем инвестиций в сектор недвижимости – 864 млрд рублей; были закрыты знаковые для рынка недвижимости сделки. "Газпромбанк" купил сеть ТЦ "МЕГА", а фонд Valchug Capital (Армения) – ТРЦ "Метрополис" в Москве и БЦ "Пулково Скай" в Петербурге, – перечисляет эксперт. – Из страны ушло большинство гостиничных брендов, усилились местные бизнесы, а ставка аренды в складах выросла более чем в два раза».

Алексей Новиков, управляющий партнер NF Group, соучредитель УК «Парус Управление Активами», оценивает последние два года как уникальное и предоставляющее новые возможности игрокам время. «В 2022 году структуры бизнесмена Авигодора Ярдени приобрели БЦ Comcity, который прежде принадлежал чешской PPF Real Estate, – напоминает г-н Новиков. – Тогда же были заключены сделки по приобретению складских комплексов "Южные Врата" компанией "Венталл" у Radius Group (Великобритания) и логистического комплекса FM Logistic компанией Central Properties у FM Logistic (Франция), что подчеркнуло активизацию российских инвесторов в сегменте индустриальной недвижимости. В ретейле, помимо сделки с "МЕГА", примечательными стали приобретение ТЦ "Метрополис" компанией Valchug Capital у американской Hines и сделка по ТЦ "Охта Молл", где покупателем выступила Geomare Investments Limited».

Виктор Заглумин, сооснователь и партнер Bright Rich | CORFAC International, также называет период «временем ошеломительных возможностей». «Но на этот раз, в отличие от девяностых, все происходило гораздо более цивилизованно, в рамках пусть и изменяющегося, но правового

поля, – размышляет эксперт. – В каком-то смысле это реванш российского бизнеса, который в девяностые многое проиграл иностранцам в силу отсутствия опыта или капитала. Хорошим примером здесь послужит "Вкусно – и точка": в девяностые российские бизнесмены не умели выстраивать конвейеры в фастфуде, поэтому "Макдональдс" вышел на фактически пустой рынок. Этот кейс, кстати, напрямую касается commercial real estate: значительная часть успеха "Макдональдса" ведь заключается в лучших локациях. Сегодня же "Вкусно – и точка", несмотря на потерю глобального бренда, сохранила и даже увеличила оборот». «Некоторые компании, которые сегодня входят в список крупнейших игроков, были образованы как раз в течение последних двух лет, – добавляет **Артем Хомышин, руководитель направления регионального развития бизнеса FM Logistic в России**. – Это свидетельствует о действительно тектонических изменениях. Но, например, рынок складской недвижимости остается высокопрофессиональным».



Алексей Ефимов
генеральный директор IBC Real Estate



Алексей Новиков
управляющий партнер NF Group, соучредитель УК «Парус Управление Активами»



Виктор Заглумин
сооснователь и партнер Bright Rich | CORFAC International



Артем Хомышин
руководитель направления регионального развития бизнеса FM Logistic в России

КЛЮЧЕВЫЕ СДЕЛКИ В СЕКТОРЕ НЕДВИЖИМОСТИ В I КВАРТАЛЕ 2024 ГОДА

Сегмент	Объект	Площадь	Цена, млрд руб.	Покупатель	Продавец
Жилая	Земельный участок рядом со специальной экономической зоной «Максимиха»	668 га	4	«Самолет»	«ВТБ Недвижимость»
Жилая	Земельный участок в АДЦ «Коммунарка»	6,6 га	3,5	«Самолет»	Мосинжпроект
Офисная	Бывшая штаб-квартира «Интеко»	9,2 тыс. кв. м	2,8	«Полипласт»	Sminex
Жилая	Имущественный комплекс МЗЭМА	17 га	2,7	«Роском»	Роскосмос
Торговая	Коммерческие помещения в апарт-комплексе Sky View	5,6 тыс. кв. м	2,6	«Ключ»	Sky View

Источник: CORE.XP



Леонид Волох
генеральный директор,
соучредитель Lynks Property Management



Игорь Богородов
генеральный директор
Raven Russia



Иван Починщиков
управляющий партнер IPG Россия

ПОТЕРЯ ПОДАЧИ

Сложившаяся ситуация запустила не новые девяностые, но этап, характеризующийся не столько приватизацией, сколько ренационализацией, соглашается **Леонид Волох, генеральный директор, соучредитель Lynks Property Management**. Сравнить ее с тем, что было 30 лет назад, можно только с определенным допущением, убежден он. «В девяностые экономика создавалась с нуля, в России не было такого количества грамотных специалистов, как сейчас, – поддерживает **Игорь Богородов, генеральный директор Raven Russia**. – Не было рыночной структуры, каких-либо

стандартов, методов регулирования и многих других аспектов, которые сейчас являются для бизнеса естественными. Да, каждый кризис образует те или иные ниши, и вот на этом, как мне кажется, можно завершить проведение аналогий между сегодняшней ситуацией и девяностыми. Руководство российских компаний эффективно отвечает на вызовы времени. По крайней мере именно так я оцениваю ситуацию на примере наших арендаторов, среди которых ведущие отечественные бизнесы из различных индустрий». Особенно важно, что иностранный бизнес из России не «выжимали», подчеркивает **Иван Починщиков, управляющий партнер IPG Россия**.



Александр Перфильев,
автор телеграм-канала Skladexpert:

– Если честно, я ни от кого не слышал про возвращение девяностых. Думаю, те, кто, как и я, застали это время, понимают, что период характеризовался не только словом «передел», но и понятием «беспредел». Тогда был «дикий капитализм», связанный с извлечением прибыли любыми способами.

А вот с точки зрения новых возможностей сейчас действительно интересное время. Раньше было сложно представить, что российский бренд займет флагманское место в топовом торговом центре, что магазины IKEA уйдут из страны, что будут проданы все «МЕГи», что иностранные компании откажутся от прибыльных производств и продадут их. Ни один аналитик и визионер не смогли предсказать и то, что из магазинов IKEA сделают склады маркетплейса.

Что касается рынка складской недвижимости, то на нем в последние годы тоже произошло много инвестиционных сделок, но большинство из них не имело отношения к уходу иностранных компаний из России. Хотя, конечно, я считаю, что текущая экономическая и политическая ситуация оказала влияние и на них – я наблюдаю возврат капитала из-за границы и то, что многие крупные компании вместо зарубежных инвестиций вкладывают прибыль в расширение производства, запуск новых заводов, инвестируют в покупку складских проектов, строят новые логистические парки и контейнерные терминалы. И это положительные для нашей страны изменения.



КЛЮЧЕВЫЕ СДЕЛКИ ПО ИТОГАМ 2023 ГОДА В РАЗНЫХ СЕГМЕНТАХ

Сегмент	Объект	Регион	Площадь, кв. м	Цена продажи, млн руб.	Продавец	Покупатель
Гостиницы	Курорт Архыз	Республика Карачаево-Черкесия	20 га	24,2	Управляющая компания «Архыз»	ООО «Горные Вершины»
Гостиницы	Портфель 10 отелей	Москва, Санкт-Петербург, Регионы	4078 номеров	15–17	Wenaas	АФК «Система»
Гостиницы	So	Санкт-Петербург	137 номеров	3–3,5	ООО «Форум»	АО «Вознесенский проспект»
Складская	«Трилоджи Парк Томилино»	Москва	108 000	6,2–6,5	PPF Real Estate	Совладельцы этого объекта Алексей и Александр Остапишины
Складская	PNK Park Шушары/ Валищево	Москва/ Санкт-Петербург	65 000	3,3	PNK Rental	«Современные фонды недвижимости»
Складская	FM Logistic Дмитров	Москва	123 000	3,12	FM Logistic	Central Properties
Офисная	Icity (Time)	Москва	47 000	22–25	MR Group	Правительство Москвы
Офисная	Skylight	Москва	30 500	12–15	Riverstretch	VK
Офисная	Pulkovo Sky	Санкт-Петербург	76 000	Конфиденциально	EKE; Vicus	Balchug Capital
Торговая	14 ТРЦ «Мега»	Москва, Санкт-Петербург, регионы	2 300 000	Конфиденциально	Ingka Centres	Газпромбанк
Торговая	«Метрополис»	Москва	205 000	55–60	Hines	Balchug Capital
Торговая	Columbus	Москва	277 000	45–47	Структуры Сергея Гордеева	ТПС «Недвижимость»
Жилая	Портфель земельных участков и жилых проектов	Москва	110 га	46,5	МИЦ	«Самолет»
Жилая	ЗУ на Кутузовском пр-те	Москва	5 га	12–15	«Абсолют»	«Киевская Площадь»
Жилая	Территория завода «Кристалл»	Москва	9,2 га	9–10	«Крайс Кристалл»	Vi Holding

Источник: IBC Real Estate

«Решение по выходу принималось иностранными акционерами, – напоминает он. – А дальше, безусловно, и российский бизнес, и законодательная и исполнительная власти уже работали над тем, чтобы купить эти активы на максимально выгодных условиях. В итоге к управлению приходят новые люди с новыми стратегиями и планами, что отражается на конъюнктуре рынка».

Марина Толстошеева, эксперт в области управления недвижимостью и развития бизнеса, также

считает происходящие в последние два года процессы девяностыми наоборот. «Покупка бизнеса иностранных компаний российским топ-менеджментом и игроками происходит пусть и на льготных условиях, но, как правило, с правом на обратный выкуп, с ребрендингом известных марок в ущерб коммерческим интересам, – поясняет она. – В девяностых нажим на бизнес был со стороны криминального элемента, а сейчас со стороны недружественных государств. Мы также не забываем о том, что до СВО большинство компаний – собственников



Марина Толстошеева
эксперт в области управления недвижимостью и развития бизнеса



Сергей Любимов
партнер,
глава практики
недвижимости
и строительства
LEVEL Legal
Services



Дмитрий Томилин
генеральный
директор компании
«Этерна»,
эксперт в области
управления
торговой
недвижимостью



Брендон О'Рейли
управляющий
директор Fashion
House Group

объектов находились в офшорах, имея россиян в роли конечных бенефициаров. В текущей ситуации перед лицом правкомиссии все равны, и компании, желающие провести процедуру редомициляции, также обязаны подчиняться общим требованиям, применяемым к ситуациям с выходом иностранных игроков с российского рынка».

«БЕРИТЕ СТОЛЬКО СУВЕРЕНИТЕТА, СКОЛЬКО СМОЖЕТЕ ПРОГЛОТИТЬ»

Уход иностранных компаний, в первую очередь институциональных инвесторов, исторически влиявших на commercial real estate, стал главным событием для рынка в последние два года, соглашается *Сергей Любимов, партнер, глава практики недвижимости и строительства LEVEL Legal Services*. На их место стали моментально и активно приходить профильные и непрофильные российские инвесторы, включая физические лица. Намечившаяся тенденция к выходу иностранных бизнесов сохранится,

убежден г-н Любимов, и, несмотря на то, что немногие оставшиеся игроки заняли выжидательные позиции и не торопятся реализовать полностью активы в России, прогнозировать приток зарубежных инвестиций не стоит. «Но сегодня, после глобального исхода международных бизнесов, осталось вовсе не выжженное поле, а напротив – обученные кадры, перенятые технологии и стандарты, – констатирует *Дмитрий Томилин, генеральный директор компании «Этерна», эксперт в области управления торговой недвижимостью*. – Да, поддержка зарубежных офисов была для них жизненно необходима, но в целом и в среднем мы имеем 30-летний опыт становления, торговли, строительства, многое можем сами, поэтому говорим не о старте, но о трансформации. Пример – бурный расцвет российских компаний на “пепелище”, в котором они как раз увидели освободившиеся ниши. И смена названий и вывесок – не смена глобальных рыночных и потребительских парадигм, как было в девяностых». «Да, если судить по новостям, складывается впечатление, что сейчас “новые девяностые”, – размышляет *Брендон О'Рейли, управляющий директор Fashion House Group*. – Но поверьте, за 40 лет работы на этом рынке я видел картины в разы мрачнее. Чего только стоит 2009 год, когда буквально за четыре недели я лишился 27 арендаторов, НДС увеличился с 18% до 24%, половина сотрудников попали под сокращение, а зарплата оставшихся была урезана в половину. Вот это турбулентность, а то, что происходит сейчас, следует трактовать как изменение и адаптацию. При этом российский рынок активно растет: впервые за всю историю Fashion House Group арендаторы у нас стоят в очереди. Я всегда говорил: в хорошие времена люди любят выгоду, а в плохие она им необходима. Так что бизнес изменился, но не упал. С одной стороны, тот же российский ритейл проживает серьезные испытания, но с другой – как и в любой кризис, это период поистине ошеломительных возможностей».



Антон Мельников,
генеральный директор
Metrika Investments:

– **Безусловно, можно провести аналогии с девяностыми, поскольку сегодняшний рынок коммерческой недвижимости связан как с новыми вызовами, так и с новыми возможностями. Новые реалии заставляют двигаться быстрее, искать альтернативы, жестко контролировать себестоимость. В этом случае можно сохранить конкурентоспособность и даже выделиться на общем фоне.**

Мы не можем позволить себе отказаться от планирования, но чаще, чем прежде, корректируем планы в соответствии с оперативной ситуацией. Также в новых реалиях необходимо закладывать значительно большие сроки на поставку оборудования и материалов.

В ИМЕНИ ТЕБЕ МОЕМ

«Много лет в России гармонично существовали только крупные транснациональные корпорации, которые давили экспертным мнением на спрос и рынок, – напоминает **Станислав Ахмедзянов, управляющий партнер IBC Global**. – Уход международных консалтинговых компаний и других игроков создал такие условия и среду, которые позволили “пересобрать” рынок консультантов: он стал основываться на высоком уровне компетенций, а не на авторитетности и распиаренности бренда». «Самые главные переименования – именно переименования, ни в коем случае не дауннейминг или даунбрендинг – произошли у наших консультантов после ухода международных партнеров, – поддерживает **Марина Харитонова, генеральный директор Accent Capital**. – Интересно то, что рынок воспринял изменения очень быстро. Потребовалось меньше года, чтобы мы полностью приняли новые названия. Если еще в конце 2022 года, называя компанию-консультанта, говорили “бывший такой-то”, то уже в 2023-м этого нет. Более того, качество услуг всех консультантов в большей степени осталось на высоком уровне – коллеги поставили цель сохранить годами наработанные стандарты, и им это удалось».

Еще недавно и Bescar была частью сети NAI Global, по сути, шестой по величине компанией рынка недвижимости в мире, рассказывает **Александр Шарапов, президент Bescar Asset Management**.

“



Виталий Мोजаровский,
старший партнер,
руководитель
практики
недвижимости
и строительства,
ALUMNI Partners:

– О, да, если дела так пойдут дальше, то «лихие девяностые» будут вспоминать как романтическое приключение молодости. Если использовать лексику незабвенного Остапа Бендера, то сейчас процесс «экспроприации» вышел на совершенно новый профессиональный уровень.

Горизонт планирования у всех резко сократился. Если раньше стратегическое планирование в России было на 10–15 лет, то сейчас в лучшем случае на три–пять лет. Но так всегда бывает в эпоху перемен – наши планы слишком быстро устаревают и становятся неактуальными, я сам наблюдаю этот эффект не в первый раз. Такое подвижное время требует быстрой реакции, гибкости и здоровой доли авантюризма. Один мой коллега недавно иронично отметил, что горизонт планирования у него сейчас такой, что зеленые бананы он не покупает.

Но от франшизы российский офис отказался еще задолго до событий 2022-го, указывает он. «У нас больше нет в ней потребности, и оплачивать ее неэффективно, – поясняет г-н Шарапов. – Наоборот, сейчас, после ухода западных компаний, к нам поступают предложения по франшизе и управлению отелями в России и СНГ».

Рынок консалтинга впервые за 30 лет оказался в равных для всех игроков условиях, резюмируют собеседники CRE. «Пока наши коллеги-конкуренты восстанавливали работу и создавали новые бренды, работали над сохранением команды, мы получили новые возможности для развития», – делится Иван



Станислав Ахмедзянов
управляющий
партнер IBC Global



Марина Харитонова
генеральный
директор
Accent Capital



Александр Шарапов
президент Bescar
Asset Management

ОБЪЕМ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПЛОЩАДЕЙ, ДАННЫЕ НА КОНЕЦ 2023 ГОДА

	Склады	Офисы	ТЦ
Москва	27 млн кв. м	20 млн кв. м	6,5 млн кв. м
Петербург	5 млн кв. м	4 млн кв. м	2,4 млн кв. м
Регионы	16 млн кв. м	6 млн кв. м	16,6 млн кв. м
ИТОГО	48 млн кв. м	30 млн кв. м	25,5 млн кв. м

Источник: IBC Real Estate

“



Андрей Алёшкин,
партнер,
исполнительный
директор
NAI Belarus:

– Само применение понятия «новые девяностые», как в таких случаях говорится, «на тоненького». Все-таки ситуации несравнимы. Во-первых, в девяностых представительство транснациональных компаний было куда скромнее, во-вторых, тогда бежали, а иногда и не бежали, а просто теряли бизнес по причине дефолта. Сейчас с точки зрения экономики и рынка можно себя чувствовать как сыр в масле. Уход обусловлен совсем другими факторами, и чаще всего тем, что обязали. Примеров великое множество в различных отраслях, и все они интересные. Нам, как «заточенным» на рынок недвижимости, наверное, интересны свои. Навскидку приходит такая крупная сделка, как приобретение группой «Газпромбанк» ТРЦ «МЕГА». Экспертное мнение о сделке неоднозначное, но посмотрим, как будут работать объекты под новым управлением.

Мой прогноз: в ближайшем будущем не будет никаких потрясений и заметных событий. Рынок буквально несколько месяцев как стал стабильным, приспособился к новым условиям в складывающейся конъюнктуре, к изменившейся логистике, так что все участники постараются продолжить хоть какое-то время поработать спокойно, без передраг и конфликтов интересов.

”

Починщиков. «Нам теперь не нужно прятаться и делать вид, что мы какие-то колхозные, урало-сибирские консультанты, мы совершенно честно сейчас с коллегами транснационального уровня разговариваем на одном языке, – соглашается Станислав Ахмедзянов. – Но и здесь не все так просто. Напомню, что все изменилось еще в 2020-м: например, обстановка в складской недвижимости стала крайне позитивной, все были готовы сотрудничать друг с другом, помогать и всячески поддерживать. Таким климат в консалтинге сохранялся до 2023 года, но во второй половине года стал меняться, все «оголодали», начали в открытую переманивать клиентов друг у друга, играть грязно и некрасиво. Но, повторюсь, в целом конкуренция в консалтинге складской недвижимости стала возможной и доступной. Мы совершенно спокойно сотрудничаем

и коллаборируем на рынке Центральной Азии и видим, что к нам такое же спокойное, заинтересованное и внимательное отношение. Конкурентная среда стала для нас намного приятнее и, как это ни банально, конкурентнее, а то, что раньше было невозможно, в новой реальности стало реальным».

Алексей Новиков также называет сегодняшние возможности на рынке «равными для всех, вне зависимости от масштаба бренда или его международного признания». «Это дает шанс многим эффективным командам конкурировать на равных, смещая акцент с элитарности на реальную производительность, – поясняет он. – В эпоху перемен упование на прежние достижения больше не гарантирует успеха, ключ к нему – непрерывный труд».

ВЕРАНДА УДАЧИ

Однако переход активов, переименование и переосмысление стратегий брендов не всегда приводили к ожидаемым результатам и часто встречали сопротивление со стороны рынка, напоминает Леонид Волох. «Большинство компаний столкнулись с проблемами ребрендинга и перезапуска, – поясняет эксперт. – Многие из этих попыток не получили позитивного отклика у целевой аудитории, а в некоторых случаях даже привели к потере узнаваемости и лояльности. В итоге в наиболее выгодной ситуации оказались бренды, которые сумели сохранить основную идентичность и качество, при этом проведя лишь минимальные изменения в облике и коммуникации».

Впрочем, большинства «переходов активов» фактически и не было, во многих случаях речь шла лишь о юридических манипуляциях, подчеркивает Дмитрий Томилин. «Но и там, где все-таки наследие досталось российскому менеджменту, мы видим проблемы, – сетует он. – Правда, связаны они с тем, что справиться с уходом

базовых якорей не под силу никому – случись это в Европе, была бы та же ситуация. И в случаях, когда “фокус не удался” (как с ZARA|MAAG или “Макдональдс”/“Вкусно – и точка”) – причина вовсе не в названии, а в самих продуктах. В первом случае произошла подмена в ассортименте – покупатель в России стал получать одежду не такого качества, что шьется для Европы, и продажи рухнули именно из-за этого разочарования. То же самое со “Вкусно – и точка”, где просто не смогли выдержать рецептуру: изменился вкус картофеля фри, например. Вроде бы мелочь, но потребитель очень остро реагирует на такие изменения, и уж куда острее, чем на смену вывески».

Валерия Праздникова, юрист практики недвижимости и строительства LEVEL Legal Services, соглашается: одним из примеров неудачного даунбрендинга на российском рынке стала именно замена ушедшего из России бренда ZARA магазинами MAAG. «Вместо знакового испанского ретейлера пришел малознакомый, который занял крупные вакантные площади, однако объемы продаж значительно отстают от показателей конкурентов в сегменте», – резюмирует она.

Впрочем, **Александр Перемятов, президент Magic Group, создатель SLAVA concept,** называет дауннейминг и даунбрендинг



Валерия Праздникова
юрист практики недвижимости и строительства LEVEL Legal Services



Александр Перемятов
президент Magic Group, создатель SLAVA concept



Игорь Чернышев,
директор по развитию бизнеса SOTA Logistic:

– Сейчас время перераспределения крупных портфелей и сфер влияния компаний на рынке. Британская Raven Property Group, один из лидеров рынка складских помещений РФ до 2022 года, например, продала все российские активы локальному менеджменту. Также компания подала в марте 2022 года заявление о делистинге со всех бирж, где торговались ее ценные бумаги, включая LSE и Московскую биржу.

Склад «Adidas Чехов» на 120 тысяч квадратных метром головной офис передал как российское подразделение иностранному инвестору ASP, что позволило формально выйти из-под санкций и перезапустить около 100 наиболее прибыльных магазинов в новом формате и под другой вывеской.

Бельгийский девелопер Ghelamco продал единственный в стране актив сразу после начала СВО – логопарк с офисами площадью 243 тысяч квадратных метров и участок почти в 30 гектаров в Ермолино рядом с подмосковным Дмитровом оценочной стоимостью 11 миллиардов рублей.

В марте 2023 года дистрибьютор косметики «Единая Европа холдинг» продал складские активы в Новой Москве. Здание логопарка выкупил бывший

фонд «Сбера», а землю под строительство аналогичного объекта – девелопер «Инград».

Один из крупных логопарков в Подмосковье – «Северное Домодедово» – стал предметом спора между его владельцем MLP семьи Михаила Гуцериева и кредитором объекта немецким Commerzbank. После февраля 2022 года Гуцериевы решили не обслуживать выданный MLP кредит на 308 миллионов долларов под залог складского комплекса в Домодедове.

Ну а самый громкий провал – «Itella НЛК» и ее история на российском рынке. Окончательная продажа активов завершилась только в 2022 году.

Для нас горизонт планирования сейчас составляет пять лет согласно договорам аренды и лизинга. Главный вызов – стоимость заемных средств в договоре лизинга оборудования достигла 24% годовых. Сейчас все решают деньги и готовность их заплатить.

В общем, уровень конкуренции и готовность компаний использовать любые средства в борьбе за выживание будут только расти.

терминами для российского рынка сложными, непонятными и неуместными. «И я их совершенно не приветствую, – уточняет он. – Да, основная идея в том, что для конечного потребителя остается вся суть бизнеса: прямая ассоциация с ушедшим брендом, восприятие его как прямого наследника и продолжателя марки, но без поддержки материнской компании. И вот тут да, аутсайдеры – вся линейка Inditex. Мало того, что это совершенно нерелевантные названия, которые на русском не выговариваются, до сих пор даже профессионалы рынка их не могут запомнить, не то, что покупатели. К этому прибавим колоссальное падение продаж – в разы! И это на фоне растущих продаж российских брендов. Еще один аутсайдер – “Вкусно – и точка”, уже с точки зрения восприятия аудитории. И обратный брендинг “Ростикса” только подчеркивает этот провал своим успехом».

ВСЕ ЭТО СЛЕДУЕТ ШИТЬ

В итоге к 2024-му рынок получил совершенно новую матрицу, лидирующие позиции в которой заняли российские компании и бренды, резюмирует Дмитрий Томилин. «В фэшн-индустрии, например, выделилось более десятка монобрендов (LIME, HENDERSON, “Снежная королева”, “Глория Джинс” и др.), которые активно и жестко конкурировали за лучшие площади в торговых центрах в прошлом году, – перечисляет эксперт. – Наряду с ними образовалось несколько одежных концепций, торгующих менее известными брендами молодых дизайнеров и осознанно развивающихся по регионам, например SLAVA concept. В общем, конкурентная среда есть, но она совершенно изменилась структурно, и ниши находятся в процессе формирования». «В отличие от девяностых, когда менялась вся социальная и экономическая парадигма, рынок остался прежним, а потребитель ментально не изменился, за исключением того, что стал более патриотичным и ориентированным на российскую продукцию, – убежден Александр Перемятов. – С девяностыми ситуацию действительно роднит лишь масштаб бизнес-возможностей, которыми многие компании сегодня и пользуются. Если раньше все бились за общемировые тренды, ультра-фаст-фэшн, то теперь на авансцену выходит идеологическая, смысловая конкуренция, а все действия компаний нацелены на смену восприятия продуктов потребителями. Изменения, безусловно, связаны с политическими событиями, которые двигают культуру потребления в определенном векторе. Те компании, которые ловят волну и понимают, какая будет следующей, к ней готовятся. Например, сейчас для нас самым важным вопросом будет заход на наш рынок китайского ретейла. Тут вопрос не в том, произойдет ли это, а в том, когда это произойдет. Вот тогда, кстати, мы столкнемся с еще одним переделом рынка».

““



Алексей Смердов,
инвестиционный
директор PARUS Asset
Management:

– Приход иностранных игроков в девяностых – это ведь не только приход капитала, но опыта, подходов к управлению. А их уход сейчас – больше про вывод капитала, практики же управления остаются. Интересно наблюдать и за ренеймингом в ретейле.

Говоря о конкуренции, правильно вести речь о командах, которые управляют недвижимостью. Есть практика как сохранения команд с новым собственником, так и объединения. С одной стороны, в моменте создаются сильные команды. С другой – на длинном горизонте снижение конкуренции окажет негативный эффект. Но в целом заметен тренд на консолидацию.

Ну а наш портфель за последние два года вырос вдвое. Мы интегрируем в команду новых сильных игроков и готовы к вызовам времени. Планирование у нас в том же горизонте. Но порой чаще корректируем свои планы при сохранении общего вектора.

””

СТОЮ НА ПОЛУСТАНОЧКЕ

В сфере недвижимости наиболее показателен гостиничный рынок, считает Виктор Заглумин. «Уход международных брендов (заметим, далеко не всех) предоставил уникальную возможность российским сетям резко нарастить номерной фонд и долю на рынке, – поясняет эксперт. – Хотя какие-то процессы приходится выстраивать заново и с нуля – и в этом есть сходство с девяностыми. Российский бизнес сегодня уже достаточно опытен, чтобы быстро решить эту задачу. В качестве примера можно привести покупку компанией Cosmos Hotel Group отелей норвежской Wenaas Hotel Russia AS. Эта сделка позволила CHG укрепить позиции на российском рынке гостиничных услуг». «Отчасти уход западных игроков затронул и нас, – подтверждает Александр Шарапов. – В частности, наша

гостиница на Таганке, которая должна была работать под брендом Best Western, в итоге открылась как Vertical Boutique. Ее концепция пользуется спросом, и сейчас уже строится несколько отелей под этим брендом, заполняя ниши, оставленные западными игроками».

ВСЕ ЕЩЕ БУДЕТ

В России наблюдается положительная динамика в сфере предпринимательства, и определенный пробел, возникший на рынке в связи с уходом иностранных бизнесов, достаточно быстро заполнился, резюмирует Игорь Богородов. «Конечно, в сфере складской недвижимости ситуация будет меняться не так быстро, как, скажем, в ретейле, поскольку циклы реализации проектов в строительстве более длительны и максимально чувствительны к уровню ключевой ставки ЦБ, – говорит он. – Когда ситуация изменится и мы услышим

MD
FACILITY
MANAGEMENT
A Division of OMC

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

УКОМПЛЕКТОВАННЫЙ
ШТАТ СПЕЦИАЛИСТОВ
ЛЮБОГО УРОВНЯ

ОБЪЕКТЫ ЛЮБОЙ
СЛОЖНОСТИ

КЛИЕНТЫ:
СКОЛКОВО, ЯНДЕКС, OZON,
ЛУКОЙЛ, TAVLOGIX, ВБРР,
MORGAN STANLEY, ВШЭ, NHOD RUSSIA,
FM LOGISTIC, LEROY MERLIN, ENKA,
SCHLUMBERGER, СИРИУС

+7 (495) 737 61 81
8 (800) 100 71 39

30
лет на рынке
услуг

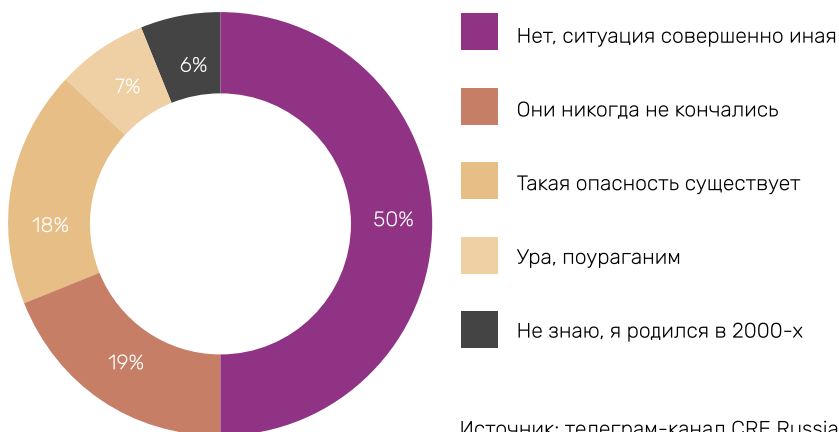
500+
объектов
в обслуживании

16,5
млн м²
в обслуживании

ВСЯ
территория
РФ

www.mdpm.ru

ОПРОС CRE: ЛИХИЕ 90-е ВОЗВРАЩАЮТСЯ?



Источник: телеграм-канал CRE Russia

анонсы ввода новых складских проектов, тогда можно будет говорить об активной конкуренции, на что мы, безусловно, надеемся в ближайшей перспективе». «Уже в прошлом году мы заключили ряд соглашений с другими игроками, перейдя из статуса конкурентов в статус партнеров для предоставления клиенту консолидированных логистических решений на фоне дефицита ресурсов, – делится Артем Хомышин. – Считаем, что данный подход – отличный пример того, когда 1+1 больше, чем два. Верим, что большинство зрелых участников рынка последуют нашему примеру».

Однако в целом сейчас не лучшее время строить долгосрочные планы, а кризисное время, хотя и открывает множество возможностей, требует ручного режима управления, убежден Дмитрий Томилин. «И конечно, мы никогда еще так не зависели от политической повестки, как сегодня, – отмечает он. – Ну и нельзя не принимать во внимание кадровый дефицит: с этой проблемой столкнулись все компании и на всех уровнях». Марина Толстошеева соглашается: уход на службу по контракту, отъезд россиян за границу, перекавалификация и переход на работу в оборонный комплекс, зависимость мигрантов от курса валют, бум онлайн-торговли, уровень инфляции и падение реальных доходов – все это продолжает вымывать и без того дефицитные кадры из commercial real estate.

Однако именно в условиях высокой неопределенности рынок сплотился, и многие ищут партнерства, стараются диверсифицировать риски и объединяться, указывает Марина Харитонова. «Все бизнесы борются за существование, развитие, но это происходит теперь не в агрессивной конкуренции, а во взаимной поддержке, открытом обсуждении идей и взаимопомощи, – продолжает г-жа Харитонова. – Да, вместе с западными игроками ушли все стандарты, на которые наш рынок много лет ориентировался, и нужно не просто их сохранить, но развивать и двигаться дальше. И все же осознают, что поддерживать и развивать наш рынок можно только вместе – как раз с тем, чтобы он не скатился во всё те же девяностые. Отличный пример – зеленый стандарт “Клевер” для нежилых зданий, который был разработан российскими экспертами и уже применяется. И это было сделано всего за полтора года с момента ухода глобальных компаний».

Все больше игроков признают, что совместное преодоление трудностей и открытость к взаимодействию могут усилить их собственные позиции, поддерживает Алексей Новиков. «Рынок стал еще более гибким и получил значительный опыт по быстрой адаптации к постоянно меняющимся условиям, – подчеркивает Марина Толстошеева. – Абсолютное большинство бизнесов теперь в любой ситуации имеют не только планы А и Б, но и множество других опций управленческих решений. С этой целью игроки стали более открытыми к любого рода переговорам и налаживанию деловых связей».

В свою очередь, Алексей Ефимов прогнозирует, что российская экономика будет развиваться ускоренными темпами и выдержит все вызовы, в том числе геополитические. «Ну а сектор недвижимости, который составляет 10,7% ВВП, внесет в это свою лепту», – резюмирует эксперт. **cRe**

статистика

Число россиян, имеющих три кредита и более, в 2023 году увеличилось на **2,7** млн человек – до **12,9** млн.

Источник: Банк России