

ВОЙНА МИРОВ:
КАК БУДЕМ ЖИТЬ БЕЗ ИНОСТРАННОГО СОФТА

6
ТЕМА
НОМЕРА

16 Все по полочкам
УПРАВЛЕНИЕ
НЕДВИЖИМОСТЬЮ

28 Верховный суд постановил...
ПРАВО СЛОВО

66 Как без торга получить землю
ИНДУСТРИЯ
ГОСТЕПРИИМСТВА

ВНУТРИ
CRE
RETAIL



CRE FEDERAL AWARDS 2024:

«НАШЕ ВРЕМЯ - СЕЙЧАС!» - ПОД ТАКИМ ДЕВИЗОМ ПРОШЛА ОЧЕРЕДНАЯ ЦЕРЕМОНИЯ НАГРАЖДЕНИЯ ВЕДУЩИХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

СТР. 29-65



R&D B

RETAIL & DEVELOPMENT BRUNCH



28 НОЯБРЯ

ЕЖЕГОДНАЯ ВСТРЕЧА
ЛИДЕРОВ РЫНКА ТОРГОВОЙ
НЕДВИЖИМОСТИ И РЕТЕЙЛА

15:30

Присоединись?

15:31

Звучит интересно!
Обязательно присоединюсь!

15:31 ✓

▲
ПОДРОБНЕЕ
ОБ МЕРОПРИЯТИИ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ПАРТНЕР



RAVEN RUSSIA

ПАРТНЕРЫ



ОРГАНИЗАТОР



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



“

Всем привет!

Если природа начинает просыпаться весной, то рынок коммерческой недвижимости, однозначно, пробуждается осенью.

Что ни день, то очередное мероприятие: бизнес-бранчи, конференции, церемонии награждения... И что удивительно, на фоне всех негативных новостей для бизнеса общий настрой участников рынка коммерческой недвижимости очень даже позитивный. Снижается вакантность свободных площадей, объектов возводится больше, чем даже в «жирном» 2023 году, на рынке заявляют о себе новые игроки, у всех планов громадьё. Появляются новые вызовы, но, как оказывается, для каждого у нас есть адекватный ответ.

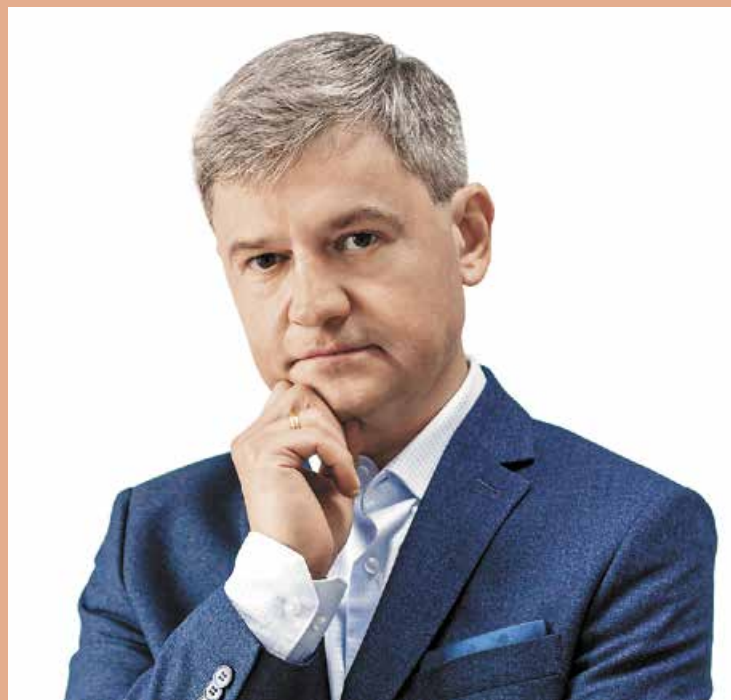
К примеру, в последнее время с российского рынка активно уходят иностранное программное обеспечение, IT-сервисы, меняется технологический ландшафт страны. В результате этой трансформации возникает спрос на локальные инновации, которые могут заполнить образовавшиеся пробелы. Российские компании начинают активнее заниматься разработкой аналогов известных программ, что способствует росту IT-сектора и формированию новых кадровых ресурсов. Поэтому сегодня так остро возникает необходимость адаптации бизнес-процессов и внедрения альтернативных программных продуктов.

Справимся?

Эксперты CRE, которые комментируют «Тему номера», отмечают, что потери для бизнеса весьма ощутимые,

С уважением,

Антон Клюев,
главный редактор CRE
cre-editor@presskom.net



но при этом «российский IT-сектор демонстрирует удивительную способность к адаптации: появляются интересные решения, которые, возможно, в будущем смогут не только заменить ушедшие зарубежные сервисы, но и предложить более гибкий и адаптированный к локальной специфике функционал».

Таким образом, рынок коммерческой недвижимости становится ареной для инноваций и адаптации, открывая новые горизонты для инвесторов и арендаторов, стремящихся к устойчивому развитию и эффективным решениям.

Растет, несмотря ни на что, инвестиционная и девелоперская активность, и рынок на это уже реагирует: процессы управления недвижимостью все больше сегментируются, становятся более нишевыми даже для массовых продуктов. Мы сегодня подробно разбираем эту тему с нашими экспертами.

В рубрике «Индустрия гостеприимства» расскажем, какие есть варианты получения земли для строительства туристических объектов без торгов.

Не буду все перечислять, открывайте журнал, листайте, читайте – есть что.

А еще в номере сегодня представлен шикарный фотототчет с церемонии награждения CRE FEDERAL AWARDS.

И напоминаю. Мне, как главному редактору, очень важно мнение наших читателей, поэтому звоните, пишите, высказывайте свои пожелания, предлагайте темы. Будем на связи!

”

9 (443)

15.10 – 14.11.2024

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ

Главный редактор: **Антон Викторович Ключев**
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 Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-65673 от 13 мая 2016 г.

Журнал Commercial Real Estate/«Коммерческая Недвижимость» представлен более чем в 200 бизнес-центрах классов А и В Москвы, а также в девелоперских, инвестиционных, консалтинговых и управляющих компаниях, банках и пр. Издание распространяется на мероприятиях CRE, а также на крупных профильных выставках и мероприятиях Москвы.

Выход из печати – 15.10.2024.

Отпечатано в ООО «Вива-Стар».

г. Москва, Электрозаводская ул., 20, стр. 8.

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:



С R e в номере

6

ТЕМА НОМЕРА



**Война миров:
как противостояние в IT
и отключение от сервисов
влияют на рынок
коммерческой
недвижимости**

28

ПРАВО СЛОВО



**Верховный суд
постановил...**



ФОТОАЛЬБОМ

**CRE FEDERAL
AWARDS 2024**

СТР. 29

16

УПРАВЛЕНИЕ
НЕДВИЖИМОСТЬЮ



**Все по полочкам.
Как сегментируется рынок
недвижимости**

66

ИНДУСТРИЯ
ГОСТЕПРИИМСТВА



**Без торга:
как получить землю
под строительство
туристических объектов**

82

CRE LEAGUE
NEWS



24

ОФИСЫ



**Офис-сад.
Что стоит знать
об озеленении
пространства**

ВНУТРИ
**CRE
RETAIL**

70

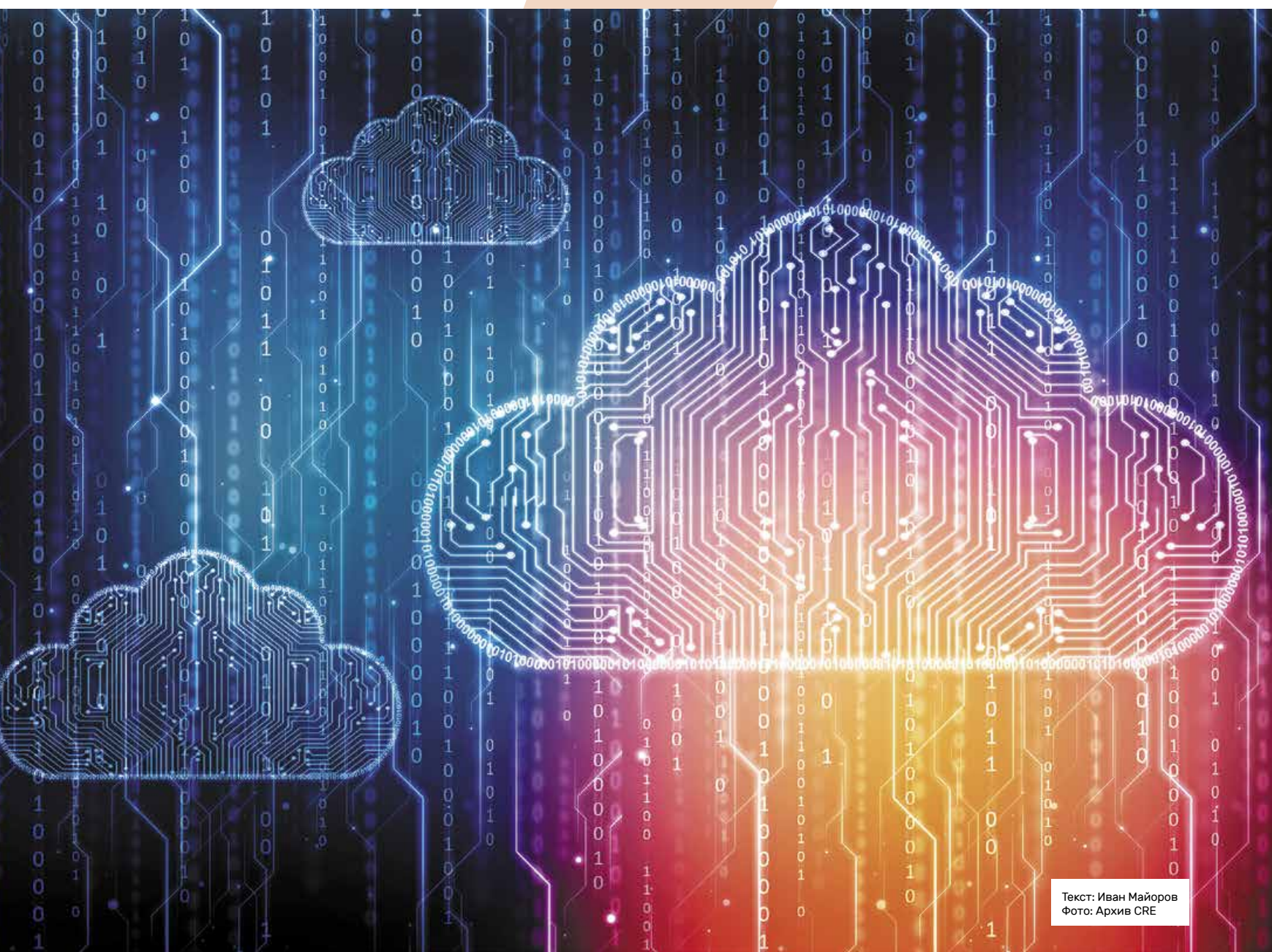
**Знак качества: почему покупатели
выбирают лучшие ПВЗ даже
далеко от дома**

76

**Old money: как объекту
коммерческой недвижимости
заработать на «сильверах»**

80

**Витрины захватывают рынок:
как развивается продуктовый
ритейл**



Текст: Иван Майоров
Фото: Архив CRE

ВОЙНА МИРОВ:

как противостояние в IT и отключение от сервисов влияют на рынок коммерческой недвижимости

Война в IT и отключение от технологий вышли на новый уровень: из России уходят или вынуждают уйти последние сервисы.

В мае без предупреждения был закрыт доступ к ряду важных для BIM, архитекторов и девелопмента продуктов и облачных решений; многие игроки потеряли архивы и не успели или не смогли перенести их на другие ресурсы. Google с 9 сентября отключил облачный BigQuery, которым пользовались для обработки и анализа большого объема данных. 12 сентября в стране также перестали работать десятки зарубежных продуктов: Notion, Wix, Sentry, Recraft, Hubspot, Coda, ClickUp и др. Это затронуло не только бизнес-аккаунты, но и обычных пользователей. В свою очередь, Microsoft начала отключать российские компании от облачных сервисов, в том числе Microsoft 365, Office 365 и Teams. В ближайшем будущем эксперты прогнозируют отключение в России Google, Figma и Zoom. И хотя российское IT-сообщество еще в 2022-м объединилось не просто для урегулирования ситуации, но и чтобы попытаться стать лучшими в мире по качеству и разнообразию продуктов, аналогов для многих иностранных решений

до сих пор нет и не предвидится. Продолжающийся строительный и e-commerce-бум только усугубляют ситуацию, и необходимость рынка в таких технологиях называют «жизненной».

Лето 2023 года стало переломным для российского IT-сектора, констатирует **Ольга Гусева, генеральный директор компании KEY CAPITAL**. Отключение сервисов, подобных Google BigQuery, ударило по многим отраслям, включая строительство и девелопмент, поддерживает она. Потеря доступа к инструментам для обработки и анализа больших данных, а также к облачным хранилищам, где находились архивы проектов, привела к серьезным сбоям в работе. «Отключение Google BigQuery стало шоком для игроков, — соглашается **Ирек Аллаяров, управляющий партнер сети смарт-офисов SOK**. — Инструмент был незаменим для обработки и анализа больших объемов данных. Отключение ряда BIM-сервисов (Building Information Modeling) с мая также спровоцировало кризисную ситуацию: компании потеряли доступ к своим



Ольга Гусева
генеральный директор компании KEY CAPITAL



Ирек Аллаяров
управляющий партнер сети смарт-офисов SOK



– Заместить все за один-два года, конечно, нереально. Точечные вещи — можно. В целом же на глобальное импортозамещение в условиях «мягких» запретов понадобится пять-десять лет, то есть в нашей сфере технологического суверенитета возможно достичь не раньше тридцатых годов.

Ну а самая большая потеря, наверное, — BIM 360, лицензионный продукт Autodesk. Сначала все пытались покупать его через страны СНГ, но потом перестали это делать, так как для пользователей из РФ доступ заблокирован. Многие расстроились по этому поводу, мы — нет, потому что изначально видели риски. Большая часть бизнес-процессов в части управления проектами, строительством, продажами и эксплуатацией



Александр Страмцов,
руководитель отдела BIM-технологий ASTERUS:

изначально были автоматизированы на базе отечественных программных решений. Мы не привязывались к единому вендору, использовали российское ПО для ряда задач и ввели обязательное разворачивание решений на внутренних серверах вместо облачных.

На мой взгляд, у нас пока мало занимают импортозамещением ПО, которое необходимо для работы с данными из информационных моделей (формирование ведомостей объемов работ, анализ данных). Мы, например, нашли тут для себя альтернативное ПО из дружественных стран, к сожалению, не отечественное.





Алексей Ефимов
генеральный директор IBC Real Estate



Михаил Махортов
руководитель департамента информационных технологий Capital Group



Никита Айрапетов
юрист, практика интеллектуальной собственности LEVEL Legal Services

архивам и проектам, не имея возможности их перенести или восстановить».

Резкое и внезапное отключение ряда решений и инструментов, начиная с мессенджеров и софта для видеозвонков и заканчивая более серьезным программным обеспечением на базе Microsoft, Adobe, стало для рынка очередным серьезным испытанием, поддерживает **Алексей Ефимов, генеральный директор IBC Real Estate**. «Оказалось, что для большинства продуктов в России практически нет аналогов, и мы только сейчас задумались о собственных технологиях, — рассуждает эксперт. — Бизнесы ведь потеряли не только данные и информацию, которые были утрачены вместе с западным ПО, но и возможность использования современных разработок, например BIM-проектирования при строительстве». «Наиболее ощутимые потери с уходом некоторых вендоров наблюдаются в отно-

шении продуктов САПР, — считает **Михаил Махортов, руководитель департамента информационных технологий Capital Group**. — Структура бизнес-процессов и технология производства работ во многих компаниях заточены под использование импортного программного обеспечения. Эта база накапливалась годами и содержит множество специальных сложных инструментов, часто уникальных, позволяющих значительно повысить качество и скорость выполнения задач в строительной отрасли. Большинство подобных вспомогательных продуктов не работают на других платформах, и зачастую смена вендора подразумевает полную реструктуризацию бизнес-процессов и формирование базы знаний с нуля. В связи с этим пока и сохраняется «сопротивление на местах», связанное с необходимостью переучиваться, получая в итоге в качестве навыка работу на «пустом» инструменте».

Положение усугубляется практически полным отсутствием юридических инструментов для воздействия на международные компании, принимающие решения об отключении сервисов, добавляет Ирек Аллаяров. Разумеется, некоторые компании инициировали, в том числе, судебные разбирательства, связанные с отключением ПО, но это не дало никаких результатов, добавляет Алексей Ефимов.



Дарья Воронова, эксперт в области ProTech-решений для покупателей и жителей, сооснователь «Домилэнд» (IT-платформа для девелоперов и управляющих компаний):

НИ БУМ-БУМ

Никита Айрапетов, юрист, практика интеллектуальной собственности LEVEL Legal Services, выделяет несколько основных тенденций при замещении ушедших IT-решений в строительной сфере: работу со старыми версиями, если такая возможность еще осталась; поддержку иностранного ПО через приобретенные лицензии на зарубежное юрлицо или его покупку через сотрудников,

– Если, скажем, в отношении сервисов для бронирования отелей Россия явно уступала зарубежным аналогам по количеству предложений для отдыха, удобству использования (UX/UI), коммерческим условиям, то отечественные продукты для покупателей и резидентов, напротив, всегда превосходили западные аналоги. Посмотрите на мобильные приложения наших крупных девелоперов – «Самолета», «ПИК» или «ФСК». Все они разработаны в России. Девелоперы для сделок по ипотеке, например, никогда не покупали западное ПО, а использовали местные системы «Сделка.рф» или «Движ».

Российские управляющие компании если и использовали ПО, то тоже, как правило, отечественное. Например, для расчетов повсюду работал биллинг от «1С», в качестве телефонии для аварийно-диспетчерских служб часто можно было встретить «Манго телеком». В 2020 году Россия стала и первой страной, кто в ProTech реализовал суперрапп, объединивший весь клиентский путь. Разработчиком выступили мы, а проекты были реализованы для нескольких крупнейших застройщиков.



если использование не требует массового внедрения в информационные системы компании; собственную или заказную разработку.

Особенно актуальным импортозамещением в IT-сфере стало не только и не столько в 2022 году, когда компании самостоятельно прекращали работу с пользователями в России или после ограничения на осуществление расчетов из-за отключения российской банковской системы от SWIFT, но и после вступления в силу в 2024 году двенадцатого пакета санкций ЕС.

В итоге основные вопросы импортозамещения возникают в сфере комплексных систем управления проектами, которые позволяют отслеживать все этапы строительства и координировать работу участников проекта, соглашается эксперт с другими собеседниками CRE. Далее – специализированных программ для проектирования сложных объектов, таких как мосты, тоннели, высотные здания и т.д. Эти программы позволяют создавать точные трехмерные модели объектов и рассчитывать их прочность, устойчивость и другие характеристики. Затем – систем управления инженерными данными, которые обеспечивают обмен информацией между всеми участниками строительного процесса. Последние позволяют хранить, обрабатывать и передавать данные о проекте, включая чертежи, спецификации, отчеты о выполненных работах и т.п. «Строительный бум последних четырех лет только усугубляет ситуацию, – подчеркивает Ольга Гусева. – Отсутствие для многого российских аналогов создает дополнительные сложности и заставляет искать обходные пути, что, безусловно, сказывается на скорости реализации проектов и повышает их стоимость».

Наибольшей потерей для бизнесов стало именно время, которое компании вынуждены тратить



Михаил Чернышов,
директор
по информационным
технологиям,
MALLTECH:

– В IT-индустрии РФ бум импортозамещения, и это касается не только программных продуктов, рассчитанных на массового потребителя, но и многих отраслевых и специализированных решений. Некоторые российские производители уже представили на рынке программные продукты, которые позволяют заменить и импортные системы автоматизированного проектирования (САПР), и BIM-системы зарубежных производителей, что еще год назад было сделать достаточно трудно.

На мой взгляд, самый сложный вопрос не только с программным обеспечением, но и с необходимым для функционирования отрасли оборудованием – промышленными микроконтроллерами, инженерными системами в целом. Напомню, что многие объекты были построены с использованием импортных решений BMS (Building Management System), большинство из которых работают на своих проприетарных протоколах. Заместить такие системы достаточно сложно и технически, и финансово. При этом придется решать вопрос не только с оборудованием, но и с программным обеспечением с возможностью его интеграции с различными периферийными системами.

Есть еще вопросы с DWH-системами (Data Warehouse Systems). Процесс перехода на импортозамещенные варианты достаточно сложный и долгий, но я уверен, что участники рынка справятся с этим – все возможности, в том числе и экспертиза, есть на рынке.

Идет и бурное развитие систем видеоконференцсвязи (ВКС), приложений для совместной работы. Развиваются российские аналоги популярных зарубежных систем виртуализации – VMware, Hyper-V. Заметны и российские альтернативы таких систем, как MSOffice, САПР, САФМ, есть варианты замены MSAD, Windows-based OS и других.

на разработку и внедрение альтернативных решений, соглашается *Джонатан Воложчик, директор по IT, процессам и инновациям FM Logistic в России*. Особенно тяжело пришлось тем игрокам, которые не подготовились к отключению заранее: они столкнулись с неожиданной необходимостью переноса данных, создания новых инфраструктур и поиска альтернатив. И все это в условиях жестких дедлайнов и внешнего давления. В результате проекты, которые могли бы быть завершены быстрее, задерживаются,



Джонатан
Воложчик
директор по IT,
процессам
и инновациям
FM Logistic
в России



“



Станислав
Чегодаев, директор
по информационным
технологиям Voxberry:

– Самой большой проблемой стал запрет на использование облачных сервисов в любой отрасли. В этом случае пользователи не могут получить назад свои же данные, а возврат инвестиций тем более невозможен.

Однако вряд ли уход перечисленных вендоров окажет критическое влияние на рынки, в том числе на строительный. Скорее, скажется на самих вендорах, их выручке и деловой репутации. Аналоги исчезнувших продуктов с той или иной степенью соответствия или уже есть, или будут доступны в самом ближайшем будущем, так как спрос всегда рождает предложение и находит инвестиции. В качестве примера могу привести аналоги сервиса Migo: после объявления о его уходе из России было анонсировано сразу несколько вариантов замены.

Ну а наиболее необходимыми рынку решениями можно считать операционные системы, среды и инструменты разработки корпоративного уровня, системы управления базами данных, системы виртуализации и контейнеризации. Уже появились отечественные образцы практически всех вышеперечисленных видов ПО, но пока не создано массовых сообществ для поддержки и развития этих продуктов (от школ и вузов до франшиз по внедрению и тюнингу, как, например, у «1С»).

”

способность к адаптации: появляются интересные решения, которые, возможно, в будущем смогут не только заменить ушедшие зарубежные сервисы, но и предложить более гибкий и адаптированный к локальной специфике функционал. Например, платформы для совместной работы над проектами, включающие инструменты для управления данными и аналитики, которые ориентированы именно на нужды строительной отрасли. Также ведутся работы над созданием отечественных облачных хранилищ с повышенным уровнем безопасности и защиты информации. Пока эти проекты находятся на разных стадиях разработки и не получили широкого распространения, но именно в них многие аналитики видят большой потенциал для импортозамещения и формирования технологического суверенитета страны в области IT.

Сейчас же наиболее массовыми решениями, которые активно внедряются российскими компаниями, становятся переход на open source программное обеспечение и использование сервисов, предоставляемых российскими IT-гигантами. «Это позволяет хотя бы частично компенсировать отсутствие ушедших зарубежных продуктов, — поясняет Ольга Гусева. — Однако, несмотря на активные усилия в области импортозамещения, остается ряд критически важных направлений, где пока не удалось достичь значимых результатов. Например, до сих пор остро стоит вопрос с созданием полноценной отечественной альтернативы BIM-системам, которые широко использовались в строительстве и архитектуре». «Одним из значимых изменений стало прекращение поддержки именно зарубежных продуктов для проектирования, — соглашается *Михаил Бродников, генеральный директор Space 1*. — Впрочем, на российском рынке есть аналоги — например, “Компас-3D”, отечественная альтернатива AutoCAD, которая используется в тяжелой



Михаил
Бродников
генеральный
директор Space 1

а стратегическое планирование приходится корректировать.

В долгосрочной перспективе ситуация может привести к замедлению темпов строительства и пересмотру планов развития в некоторых сегментах рынка, прогнозирует Ольга Гусева.

ВОССТАНИЕ МАШИН

Безусловно, российские игроки начали искать альтернативные решения еще в 2022 году: уже тогда стало понятно, что вернуться в глобальную систему данных не получится, вспоминает Ольга Гусева. По ее словам, российский IT-сектор вообще демонстрирует удивительную

промышленности и имеет достаточно долгую историю на рынке — более 35 лет. Мы сами в рамках импортозамещения успешно перешли с популярного мессенджера Slack на российский аналог «Пачка», а систему для обработки заявок Zendesk заменили на отечественное решение Okdesk. Кроме того, мы смогли преодолеть сложности, связанные с использованием программно-аппаратных комплексов контроля и управления доступом (СКУД) иностранного производства, внедрив надежные локальные альтернативы».

НАШЕ ВСЕ

У каких-то иностранных IT-продуктов уже сегодня или еще раньше появились российские аналоги, которые не хуже, а в чем-то даже лучше зарубежных, соглашается **Алексей Пелипенко, директор по стратегическим проектам «Айбим»**. По его словам, системы для организации среды общих данных (СОД) и инженерного документооборота (ИДО) стали полноценной заменой для Autodesk BIM 360. «И даже если Autodesk вернется на наш рынок, не факт, что пользователи снова захотят перейти с Sarex, Project Point, Signal или Pilot-BIM на BIM 360, — полагает г-н Пелипенко. — Мы сами активно развиваем ПО для анализа и проверки BIM-моделей — Larix.Manager. Он вышел полтора года назад, и за это время стал полноценной заменой Autodesk Navisworks и Solibri. Larix.Manager позволяет проверять BIM-модели на проектные ошибки и соответствие требованиям к модели, а также гибко формировать различные отчеты. У решения есть собственный алгоритм поиска коллизий, автоматическая проверка параметров в BIM-модели и возможности для визуальной проверки». «Конечно, продукты, сопоставимые с системами Autodesk, Bentley и ArchiCAD, быстро не появляются, — размышляет **Юрий Филиппов, директор «НТЦ-Эффективность»**. — Это длительный процесс, который

раньше усложнялся отсутствием открытого диалога между заказчиками и разработчиками: зачем возиться с российскими стартапами, если на рынке есть готовые решения? И отрасли, привыкшей работать в Revit, теперь приходится решать, что же делать дальше: пользоваться действующими лицензиями с отключенными сервисами или все же переходить на российские аналоги. Есть области, в которых российские IT-решения уже сегодня ничуть не уступают зарубежным, а в некоторых случаях превосходят их. Например, «ТИМ-Фактор» — платформа, которая позволяет эксплуатировать инженерные системы на базе сбора и анализа больших данных, а также технологий искусственного интеллекта. Среди решений, автоматизирующих строительный контроль, — «Базис», Project Point, «Техзор». Или отечественные разработки для организации среды общих данных (СОД) — Sarex, Project Point, Pilot-BIM».

Множество запросов компания, по словам Алексея Пелипенко, получает и на продукт своих партнеров — Plan-R. Это



Алексей Пелипенко
директор по стратегическим проектам «Айбим»



Юрий Филиппов
директор «НТЦ-Эффективность»



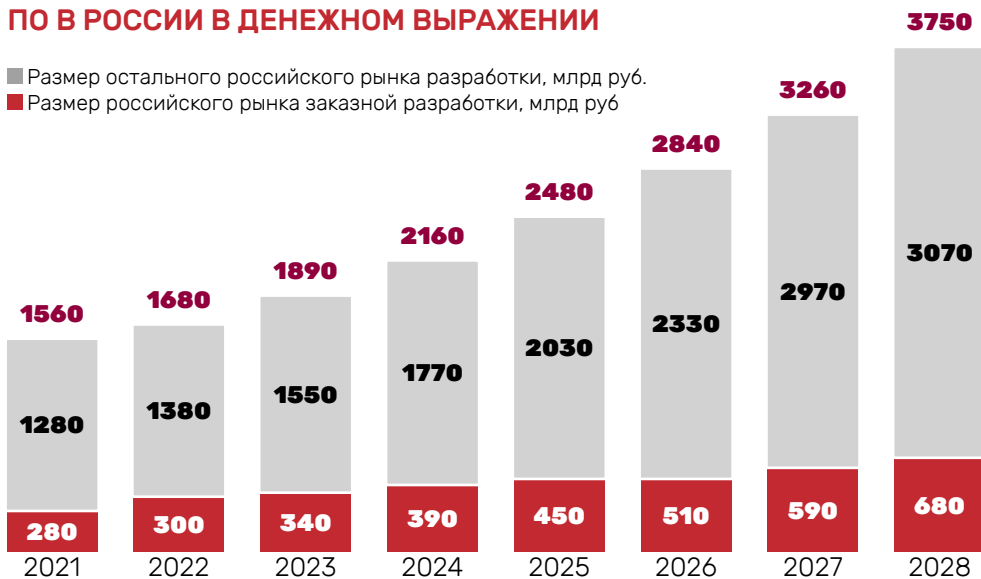
Роман Блонов, руководитель PropTech Solutions:

— На российский PropTech повлиял не только уход западного софта, но и «железа», а наибольшей проблемой стала необходимость перестроиться с привычных продуктов на точечные решения, которые не являются частью общей экосистемы. В итоге сохраняются дефицит бесшовных интеграций, сложности в адаптации новых технологий для старых объектов. Быстрому росту PropTech, кроме того, мешает исторический консерватизм рынка коммерческой недвижимости. Резюмируя: пока все еще догоняем, но уже сегодня могу отметить значительные улучшения в части клиентского опыта, эффективности управления и оптимизации процессов.



ПРОГНОЗ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ РЫНКА РАЗРАБОТКИ ПО В РОССИИ В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

■ Размер остального российского рынка разработки, млрд руб.
■ Размер российского рынка заказной разработки, млрд руб



Источник: Notamedia

высокотехнологичная система для управления проектами и календарно-сетевым планированием, которая замещает MS Project и Primavera, а благодаря модулю для 4D-моделирования (BIM-R) может, по его словам, конкурировать с Synchro от Bentley.

Однако сохраняются и сегменты, где заменить иностранное ПО намного сложнее. «Тот же

Revit ведь настолько популярен, что им продолжают пользоваться и спустя два с половиной года после введения санкций, — указывает эксперт. — Многие компании готовы использовать пиратские версии, чтобы не сломать привычные рабочие процессы. Но, повторюсь, отечественные решения (Renga, nanoCAD, ModelStudio, “Топоматик”) стремительно развиваются и будут отвоевывать все большую долю рынка». «Ну а самое необходимое всем и пока не реализованное решение — замена Microsoft Office, — считает Алексей Ефимов. — Безусловно, импортозаместить можно все, это лишь вопрос времени».

УШЛИ НА СКЛАД

Два с половиной года назад российское IT-сообщество объединилось не только для того, чтобы урегулировать ситуацию, но затем, чтобы стать лучшими в мире по качеству и разнообразию продуктов, считает Михаил Махортов. В итоге на рынке возникли интересные и успешные коллаборации



Ксения Хизова, директор по стратегии и развитию внешнего рынка HR Tech группы «Самолет»:

– Наше решение Team by Samolet – достойный конкурент по функционалу SAP SuccessFactors, в нем реализуется принцип сквозного управления персоналом, который был главным преимуществом ведущих западных систем HRM/HCM. Платформа позволяет оптимизировать расходы на 450 млн рублей в год благодаря автоматизации HR-процессов компании. Она обеспечивает цифровизацию организационного управления и всех основных HR- и кадровых задач: рекрутинга, оформления, оценки, учета рабочего времени, работы со штатным расписанием и других. В наборе модулей каждый элемент отвечает за отдельный HR-процесс

и может быть использован либо отдельно, либо в интеграции с другими. Все можно комбинировать не только под задачи конкретной организации, специфику процессов, но и под особенности разных отраслей, поэтому решение подходит для компаний разного уровня зрелости бизнес-функций и разного масштаба. Продукт адаптирован для работы на любом устройстве, включая смартфоны и планшеты; есть SaaS-версия и on-premise.



и непривычная открытость даже среди, казалось бы, конкурирующих игроков.

Для решений, у которых не было отечественных альтернатив, отключение зарубежных сервисов стало стимулом для внедрения инноваций и разработки собственных аналогов, соглашается Джонатан Воложчик. «Это может стать фундаментом для новой технологической волны в стране, когда локальные игроки будут предлагать продукты, более адаптированные к специфическим требованиям внутреннего рынка, — убежден г-н Воложчик. — Одними из самых необходимых в нашем сегменте, например, остаются системы управления логистикой, особенно складскими процессами. Аналоги есть, но не обладают нужным уровнем качества и производительности. Ближайшие несколько лет станут критически важными для разработки локальных логистических платформ, которые смогут заменить импортные технологии и обеспечить бизнесу необходимую гибкость и эффективность».

Константин Фомиченко, партнер NF Group, поддерживает: на становящемся все более высокотехнологичным рынке склад-



Дарья Козлова,
директор «Яндекс Образования»:

– Количество совместных образовательных программ университетов и IT-компаний с 2021 года выросло втрое: было открыто более 60 новых бакалавриатов и магистратур, а общее их количество достигает сегодня 86. Треть из них – программы «Яндекс Образования». Сейчас вместе с вузами-партнерами мы проводим обучение на более чем 30 бакалаврских и магистерских программах. Помимо этого, у «Яндекса» есть четыре аспирантуры, две из них в области искусственного интеллекта.

С нового учебного года программы запущены уже в 33 университетах. Есть программы по работе с нейросетями и Data Science для студентов медицинских и социогуманитарных направлений, универсальные модули для будущих разработчиков. С нового года стартовал флагманский бакалавриат для будущих создателей ИИ-технологий – AI360. Учиться на разных программах «Яндекса» в 2024/25 году будут более 10 тысяч студентов.

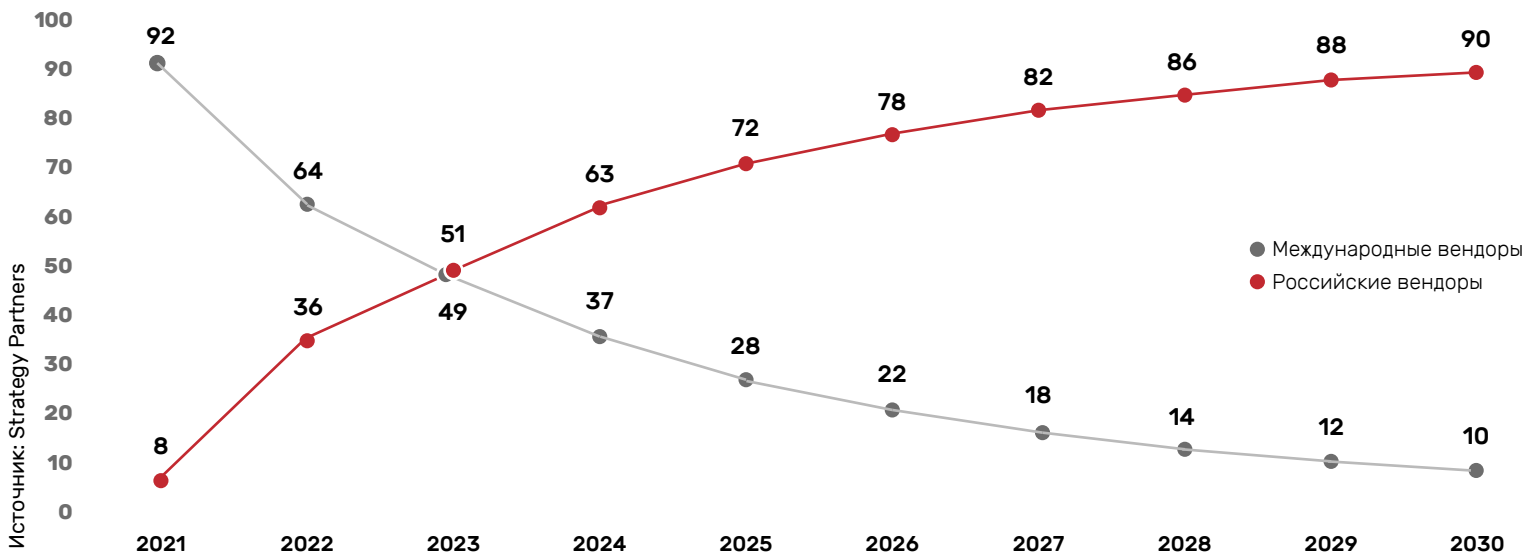


ской недвижимости начинают появляться отечественные IT-решения, развиваются локальные системы управления складами, которыми игроки стараются заместить функциональность западных аналогов. Однако полное



Константин Фомиченко
партнер
NF Group

ОЦЕНКА СРЕДНЕЙ ПРОПОРЦИИ ПРИСУТСТВИЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ РОССИЙСКИХ И ИНОСТРАННЫХ ПРОДУКТОВ (в годовом объеме продаж), %



Источник: Strategy Partners



Александр Хачиян,
основатель
IT-интегратора AWG
и платформы SkillStaff:

импортозамещение представляется весьма амбициозной задачей: разработка качественных аналогов требует времени и инвестиций.

Не менее активно развиваются и решения на основе ИИ, добавляет Михаил Махортов. По его словам, для строительной области поле возможностей представляется безграничным в части предиктивной аналитики, символических методов и т.д. «Некоторые стартапы разрабатывают и аналоги отключенных облачных сервисов, хотя большинство из них пока не вышли на массовый рынок, – добавляет Ирек Аллаяров. – Активно тестируются дистрибутивы с отечественным ПО. У нас, например, тоже есть своя разработка – SOK OS, которая упрощает управление офисом и рабочим пространством прямо с телефона. В общем, оптимистичный сценарий предполагает, что в следующие 3-5 лет бизнесы смогут адаптироваться и создать необходимые аналоги. Станет ли это полным импортозамещением – вопрос открытый. Но, может быть, следующий прорыв в PropTech будет сделан именно здесь, в России». **cRe**

– **Российские аналоги уже есть почти у всех решений, которые ушли с российского рынка, вопрос только в качестве и скорости развития продуктов. Крупные девелоперские группы сейчас выстраивают целые экосистемы, которые вовлекают клиента с самого начала взаимодействия до дальнейшей жизни в новоприобретенном жилье или работы в офисе. Застройщики активно инвестируют в оцифровывание процессов и создание цифровых каналов взаимодействия на всех этапах соприкосновения.**

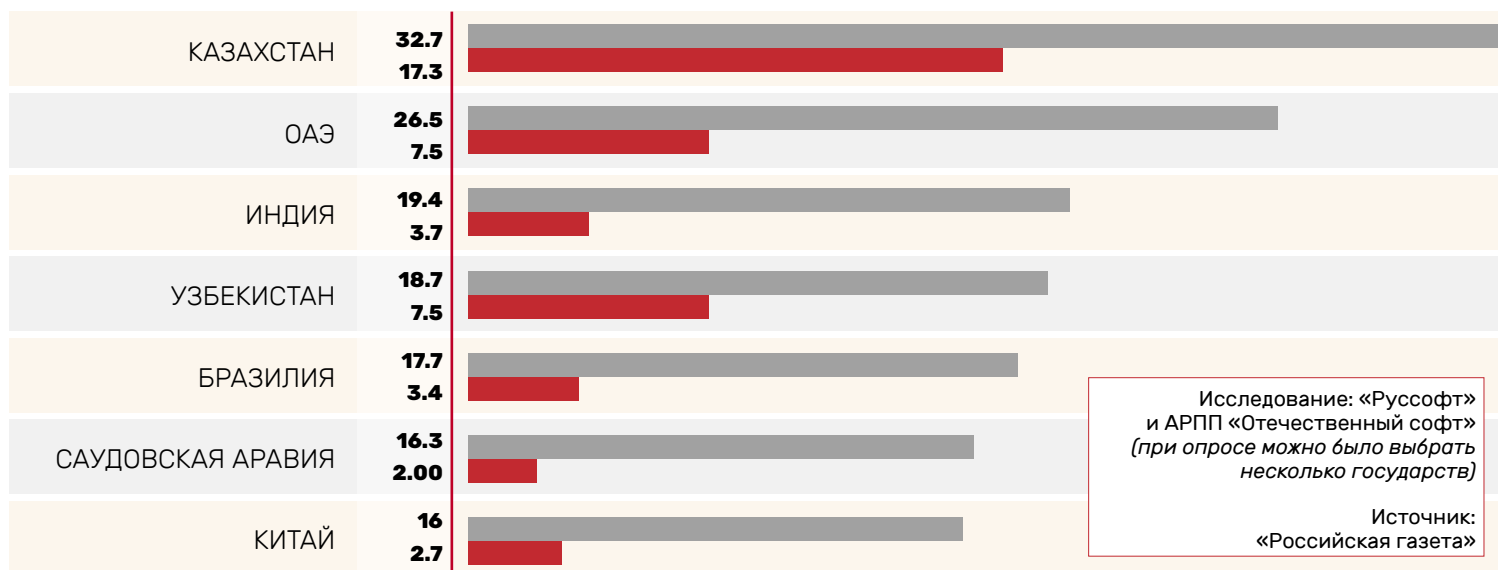
Но есть и области, где заметно технологическое проседание – например, достойной замены CRM Salesforce пока нет, и многим компаниям придется серьезно дорабатывать под себя купленные коробочные продукты.



кстати

По данным Института статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭВ, доля IT-отрасли в ВВП России в 2023 году составила 1,96%, что выше на 0,22 п.п. по сравнению с 2022-м.

САМЫЕ ПЕРСПЕКТИВНЫЕ СТРАНЫ ДЛЯ ЭКСПОРТА ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ РОССИЙСКИХ ИТ-КОМПАНИЙ, %



■ Доля ИТ-компаний, считающих страну перспективной для экспорта ПО ■ Доля ИТ-компаний, имеющих опыт экспорта в эту страну

Ostankino

business park

ОФИСЫ КЛАССА А

В ПРОДАЖЕ ПОСЛЕДНИЙ КОРПУС
СКИДКА 10% ДО 15 ОКТЯБРЯ

РЕКЛАМА 16+

+7(495) 641 35 35

БЕСПРОЦЕНТНАЯ РАССРОЧКА

OSTANKINO-BP.RU

 **PIONEER**

ЗАСТРОЙЩИК ООО «СЗ «БИЗНЕС ПАРК «ОСТАНКИНО». ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА НАШ ДОМ. РФ.
ПОДРОБНЫЕ УСЛОВИЯ АКЦИИ НА САЙТЕ OSTANKINO-BP.RU

УПРАВЛЕНИЕ НЕДВИЖИМОСТЬЮ



Текст: Максим Барабаш
Фото: Архив CRE

ВСЕ ПО ПОЛОЧКАМ: как сегментируется управление недвижимостью

В отдельных сегментах отрасли – складском, офисном и гостиничном, несмотря на постоянный рост себестоимости строительства и дефицит кадров, сохраняется высочайшая в истории наблюдаемой инвестиционная и девелоперская активность. Очевидно, что на фоне выхода нового объема предложения и форматов продолжит сегментироваться и управление недвижимостью, становясь еще более нишевым даже для массовых продуктов.

Помимо разделения на привычные PM, FM и исторически обособленное гостиничное управление, уже сегодня появляется все больше компаний, позиционирующих себя как «наилучшие эксперты» и «точные специалисты» по управлению офисами, гибкими офисами и коворкингами, складами, light industrial, торговыми центрами разных форматов, ретейл-парками, стрит-ретейлом на центральных улицах, пулом стрит-ретейла в новых ЖК, общественными пространствами и пр.

Четкой сегментации на российском рынке УК исторически не было, соглашается **Леонид Волох, генеральный директор, соучредитель Lynks Property Management**. «У меня более 25 лет опыта в сфере управления и эксплуатации недвижимости, и сегментация здесь проявлялась, скорее, в рамках подразделений крупных компаний, — поясняет эксперт. — Конечно, всегда выделялось в отдельную нишу гостиничное управление. В целом же рынок управления недвижимостью в России годами был разделен преимущественно между крупнейшими международными компаниями (в частности, «большой пятеркой»), которые предлагали широкий спектр услуг, охватывающий различные типы объектов. Так, первый МФК, появившийся в России, — Центр международной торговли, и первой УК, привлеченной для управления новым офисным зданием в комплексе ЦМТ стала Noble Gibbons (работавшая в ассоциации с CBRE)». «Наши консультанты всегда шли в те направления, которые приносили деньги, — поддерживает **Дмитрий Томилин, генеральный директор компании «Этерна», эксперт в области управления торговой недвижимостью**. — И до 2014-го «большая пятерка» — Jones Lang LaSalle, Colliers International, Cushman & Wakefield, Knight Frank и Cushman & Wakefield Stiles & Riabokobylko — консолидировалась на максимальном количестве сегментов. Все они занимались консалтингом; все шли в торговые центры и пытались их проектировать, потом стали заниматься их же брокериджем

и впоследствии — управлением. Проектирование и брокеридж обыкновенно — разовые услуги. Они дают приличные деньги, но гораздо больше компании в итоге зарабатывали на управлении, это более стабильный бизнес вдолгую». «Тогда собственники часто предпочитали отдавать управление всего объекта одной компании с тем, чтобы упростить коммуникации и управление, — добавляет Леонид Волох. — Впрочем, до недавнего времени все вообще весьма неохотно уходило на аутсорс-управление. Однако по мере развития рынка, напротив, стало не только удобно, но и престижно нанимать известную компанию и на PM, и на FM».



Леонид Волох
генеральный директор,
соучредитель
Lynks Property
Management



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

ДОЛЕВОЕ УЧАСТИЕ

В итоге доли на рынке распределялись в соответствии с темпами же роста разных типов недвижимости, говорит Леонид Волох. Так, в период активного строительства офисов доминировали компании, специализирующиеся на управлении БЦ. В 2000-х годах начался бум строительства торговых центров и складских комплексов, и лидерами стали уже игроки с соответствующей специализацией. Помимо «большой пятерки», рынок активно занимали локальные бизнесы, в итоге успешно конкурировавшие с западными игроками, особенно в проектах с российскими инвесторами. Внутри «большой пятерки» выделялись специализированные

ТОП-5 РЕГИОНОВ-ЛИДЕРОВ ПО ОБЕСПЕЧЕННОСТИ СКЛАДСКИМИ ПЛОЩАДЯМИ

Регион	Обеспеченность складскими площадями (кв. м/1000 чел.)
Екатеринбург	1 539
Ростов-на-Дону	1 143
Московский регион	1 116
Новосибирск	989
Краснодар	782

Источник: Nikoilers



Михаил Сафонов
партнер, директор
по развитию
NF Property
Management



Дмитрий Свешников
управляющий
директор
УК Standard
Property & Facility
Management



Марина Толстошеева
эксперт в сфере
коммерческой
недвижимости
и управления
активами

структурные подразделения, ориентированные на управление отдельными сегментами рынка (офисы, ТРЦ, индустриальная недвижимость и пр.). Это уже тогда позволяло владельцам выбирать управляющую компанию с учетом большего опыта в конкретном сегменте, сообщает г-н Волох.

Сегментирование на российском рынке управления недвижимостью складывалось «естественным образом», соглашается *Михаил Сафонов, партнер, директор по развитию NF Property Management*. В итоге как в сфере коммерческого управления, так и на рынке эксплуатации работают бизнесы, которые присутствуют преимущественно в одном или двух сегментах. «Таким компаниям сегодня сложно дать конкурентное предложение в сегменте,

в котором они не работают, — размышляет г-н Сафонов. — Зато гораздо легче выигрывать в “родном”, где есть актуальная экспертиза и портфолио по умолчанию позволяет получить дополнительные баллы». «Учитывая, что часть управляющих компаний были организованы в рамках структур инвестиционных компаний или девелоперов в формате in-house подразделения, обслуживающего собственный же портфель, последний и мог состоять из одного, двух, трех сегментов, — поддерживает *Дмитрий Свешников, управляющий директор УК Standard Property & Facility Management*. — Был, конечно, и другой сценарий, когда УК на заре истории набирала портфель из разных сегментов (БЦ, ТЦ, склады и т.д.), и исторически продолжает обслуживать совершенно разные объекты недвижимости».



Александр Манунин,
управляющий партнер
Parametr:

Последний вариант еще и помогает игрокам продержаться практически в любые кризисы. Во-первых, в случае ухода или ослабления одного из сегментов (как это, например, было с торговыми центрами во время пандемии), УК может сместить фокус на более актуальный рынок. А во-вторых, опыт обслуживания разных сегментов априори дает PFM-оператору бонус перед потенциальным клиентом. «Но зачастую определение “наилучшие эксперты в управлении в каком-либо сегменте” было и есть лишь маркетинговым ходом, — парирует *Марина Толстошеева, эксперт в сфере коммерческой недвижимости и управления активами*. — Например, в портфеле компании исторически было больше торговых центров, и на дальнейшие тендеры она уже выходит как “эксперт по торговой недвижимости”. Но если будет предложение по управлению достаточно крупным знаковым объектом из другого сегмента, такой игрок вряд ли откажется от возможности прирасти ранее “непрофильным” объектом. Подобная сегментация негласно присутствовала ранее, присутствует и сейчас, но, скорее, как предпочтения отдельных собственников. Например, весь профессиональный рынок знает, что



— Я бы отметил усиление тренда на создание девелоперами собственных управляющих компаний в сегменте коммерческого управления объектами (PM). В условиях растущей конкуренции игроки понимают, что цена не является больше единственным и основным фактором принятия решения о покупке или аренде объекта. Клиент чувствителен не только к продуктовым характеристикам объекта, но и к уровню сервиса, который он получит на протяжении всего времени пользования. А значит, необходимо продумывать дополнительные услуги, которые выходят за рамки стандартных сервисов, таких как обслуживание инженерных систем и территории, и направлены на повышение качества жизни резидентов. Такой сервис может стать УТП проекта, поэтому логично, что управление им девелопер замыкает на себя.

Кроме того, на рынок выходят новые категории клиентов — институциональные инвесторы. Для них важно, чтобы вместе с объектом недвижимости они приобретали поддержку квалифицированной УК, способной эффективно управлять их активом. В этом контексте девелоперы должны по умолчанию продемонстрировать профессионализм управляющей компании, которая сможет обеспечить долгосрочное управление и поддержание качества объекта на протяжении всего срока эксплуатации.

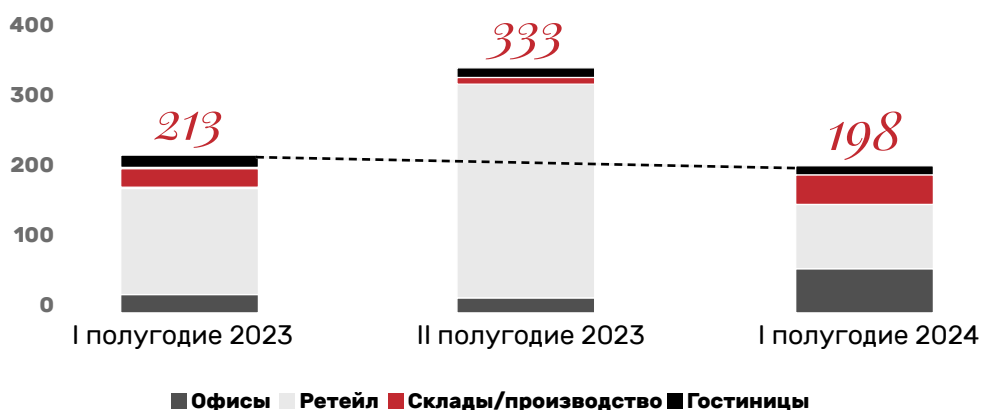


Sawatzky® и Besar хорошо управляют офисными зданиями, поэтому их приглашают практически в каждый тендер по офисам. Могут быть девиации и в части объема предоставляемых услуг, когда какая-либо УК, как, например, наша, наряду со стандартным перечнем услуг, готова предоставлять узкоспециализированные юридические продукты (легализация самовольного строительства, оспаривание кадастровой стоимости, выведение из КРТ, корпоративное право) либо финансовые услуги (налоговое сопровождение, услуги по привлечению финансирования) и другие виды услуг. Реально узкоспециализированными же остаются небольшие компании, у которых пока не хватает возможностей диверсифицироваться».

В стремлении нарастить клиентский портфель на кризисном рынке возникают и стратегические альянсы. «Именно этим путем идем мы: Lynks Property Management и Maris заключили стратегическое партнерство, в рамках которого усилят компетенции друг друга, расширят объем предлагаемых услуг», — поясняет Леонид Волох.

Привычного многим разделения на PM/FM нет уже сегодня, констатирует **Денис Троценко, партнер, департамент управления и эксплуатации коммерческой недвижимости CMWP**. «Например, мы, наработав максимальную компетенцию на FM, понимая структуры затрат любого объекта недвижимости, стоимость потраченного рубля на опексах, можем в итоге предложить такую доходную модель PM, которая не только покроет самую оптимальную модель по FM, но и даст прозрачную картину по максимальному доходу от коммерческого управления, — делится г-н Троценко. — Другими словами, выстроив оптимальную модель по FM и получив затем в портфель и PM по тому же объекту, можно давать минимальный прайс по расходам и максимальную же доходность по коммерческому управлению».

СТРУКТУРА ИНВЕСТИЦИОННЫХ СДЕЛОК ПО СЕГМЕНТАМ, РОССИЯ, млрд руб.



Источник: Commonwealth Partnership

Однако до известных событий сегментация, безусловно, была, уточняет Денис Троценко. Рынок делился на управление МКД (жильем) — самый сложный, коррумпированный и консервативный, высокорискованный рынок. Затем рынок управления ретейлом — тоже довольно специфический, но больше нацеленный на максимизацию дохода от коммерческой деятельности. Далее рынок управления офисами — простой и прогнозируемый рынок с упором на классность офиса (площади), ставки аренды и контроль и оптимизацию опексов. Рынок управления складскими площадями до недавнего времени был чем-то совсем экзотическим и, как правило, имел свой набор профессиональных и очень узкоспециализированных компаний. «Но когда крупные международные компании были вынуждены поменять парадигму деятельности в России, здесь началась очередная эволюция: поглощение мелких компаний с узким профилем более крупными для расширения компетенций, линейки услуг в рамках локальных игроков и, естественно, унификации услуг по типам, что, по сути, и стирает границы сегментации, — продолжает г-н Троценко. — Сегодня именно многопрофильность — гарант успеха и, скажем так, признак хорошего тона, а один из самых сложных вопросов — “А чем вы лучше, чем вот те?” Ну и собственник или заказчик научились, в силу вынужденных причин, считать опексы, так что рынок громких имен компаний уже не работает, а работает рынок демпинга».



Денис Троценко
партнер,
департамент
управления
и эксплуатации
коммерческой
недвижимости
CMWP



Борис Мезенцев,
операционный
директор MD Facility
Management:

– Можно прогнозировать, что рынок придет к следующей структуре: будет довольно много совсем небольших игроков, работающих в узких сегментах. Но, помимо этого, появятся три-четыре «гипермаркета» по управлению недвижимостью – большие компании, которые будут присутствовать во всех сегментах и значительно отличаться по размеру.

Что касается гостиниц, то для подобного развития необходимы две составляющие: высокий уровень экспертизы именно в этом сегменте и умение масштабироваться. В том числе и географически.



БОИ И ПРАВИЛА

Несмотря на то что рынок управления в России исторически был очень ресурсоемким и низкомаржинальным, он же всегда назывался одним из наиболее высококонкурентных, рассуждает Дмитрий Свешников. Сегодня выигрывают PFM-операторы, предлагающие не только лучшую стоимость контракта, но и релевантный опыт, а также дополнительные компетенции компании, соглашается он с другими собеседниками CRE. «Победа будет за УК, в портфеле которых опыт обслуживания разноплановых объектов: от офисов класса А до общественных пространств, социальных и административных структур», – подчеркивает эксперт. «Но в целом конкуренция нарастает, рынок уплотняется, и в ход давно идут и черный пиар, и различные демпинговые схемы, – вздыхает Марина Толстошеева. – У крупных компаний возможностей и ресурсов для манипулирования и оптимизации гораздо больше. Именно поэтому наибольшую опасность для действующих игроков

представляют крупные бизнесы, решившие сегодня существенно диверсифицировать портфель недвижимости».

Изменения, начавшиеся в 2022 году, вынудили большинство УК кардинально пересмотреть устоявшиеся алгоритмы работы, добавляет Леонид Волох. Волна новых требований по оптимизации процессов, дефицит ключевых и линейных специалистов, расходных материалов, оборудования и программного обеспечения – все это продолжает переформатировать сегмент. На рынке усиливается, кроме того, общий тренд на объединение функций, связанных с недвижимостью: брокеридж, стратегический консалтинг, управление строительными проектами и отделочными работами, аудит операционной модели, коммерческое управление и эксплуатация стали «заводскими настройками» крупных диверсифицированных игроков. «Именно за счет широких совокупных компетенций достигаются теперь результаты: компания более гибкая в ценообразовании за счет объема услуг и себестоимости, появляются кросс-продажи между подразделениями, покрывается больший объем услуг внутренними ресурсами, что дает преимущество в маржинальности того или иного проекта», – резюмирует Леонид Волох.

ПОЙДЕМ В ГОСТИ

Бум внутреннего туризма, гостиничного девелопмента и беспрецедентное внимание государства к индустрии гостеприимства привлекают непрофильных интересантов и в самый сложный, специфический и не играющий по правилам остального рынка сегмент – управление отелями и апартаментами. «Усиливается тенденция к передаче управления FM, включая номерной фонд, нашим профессиональным управляющим компаниям, – соглашается Леонид Волох. – Это объясняется стремлением отельеров оптимизировать операционные расходы и повысить

уровень сервиса. За последние годы только в наш портфель успешно добавилось три пятизвездочных отеля крупного международного сетевого оператора».

Импульс для выхода непрофильных игроков в индустрию гостеприимства придал к тому же неконтролируемый бум строительства апартаментов, добавляет Денис Троценко. «И вот, набравшись там опыта, даже небольшие управляющие компании решили позариться на святое – гостиницы. А почему нет? – размышляет он. – Этот консервативный и несколько окаменевший бизнес, конечно, давно пора было разбавить».

Впрочем, **Марина Усенко, партнер, департамент гостиничного бизнеса и туризма СМWP**, каких-то очевидных признаков исчезновения границ между работой «традиционных» управляющих компаний и гостиничных операторов не наблюдает. «И дело здесь совсем не в “кастовости” и закрытости гостиничной ниши, а в необходимости традиционным УК, работающим в основном в сфере управления

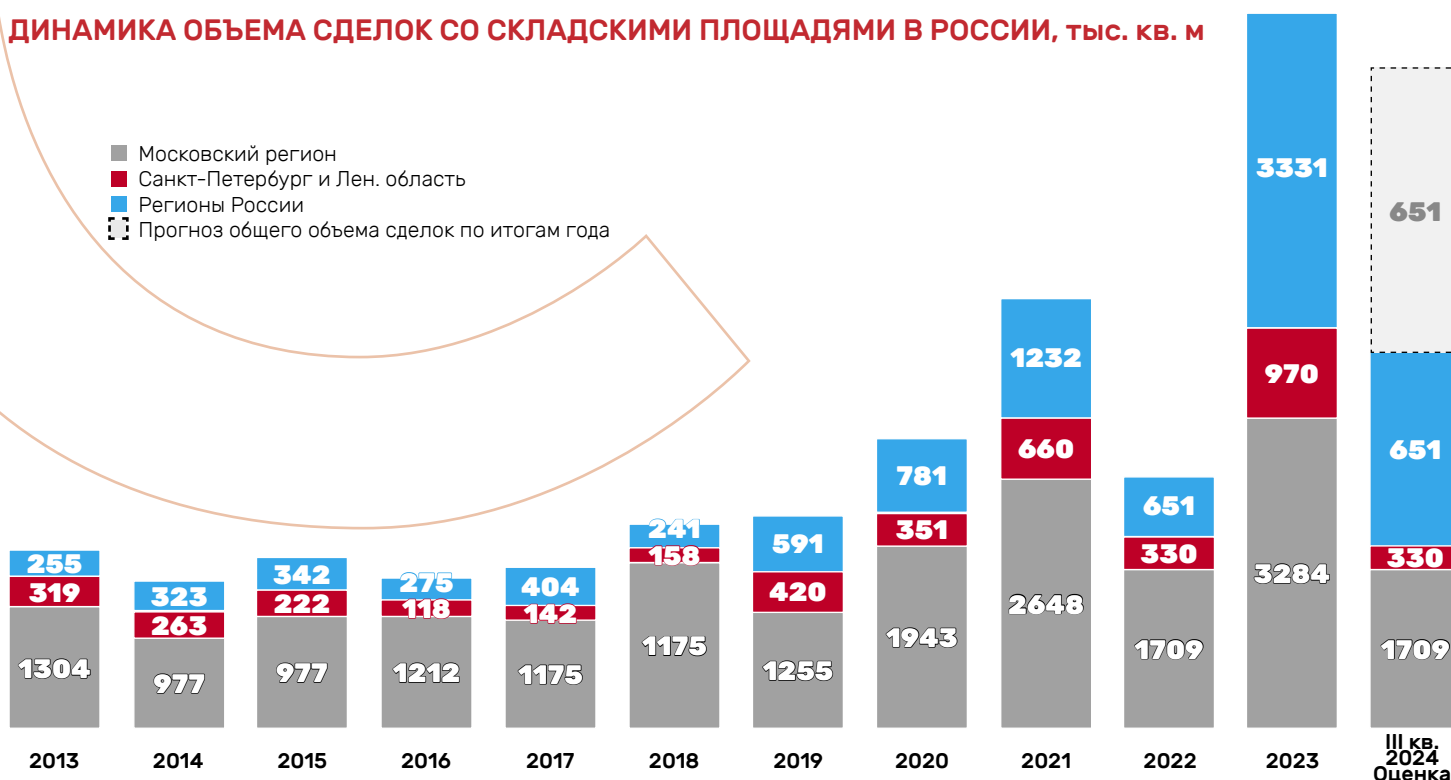
и эксплуатации недвижимости, самим становиться гостиничными операторами и продавать услуги размещения и дополнительные услуги, что подразумевает существенное отступление от их классических компетенций, – рассуждает г-жа Усенко. – Да, определенным исключением из общего правила выглядит ниша кондоотелей (иначе – апартаментотелей), где все или большинство юнитов продаются в частные руки с последующим возвратом номеров в гостиничное использование и последующей же выплатой операционной прибыли всем участникам пула. Как раз здесь, в этом сравнительно новом для российской гостиничной сферы бизнесе, за последние годы наблюдается активное увеличение как количества проектов, так и числа управляющих компаний».

Марина Толстошеева напоминает, что именно бренд в гостиничном сегменте остается главным фактором успешности управляющей компании. Переход в него игроков из смежных сегментов вряд ли будет массовым явлением, полагает она. Однако



Марина Усенко
партнер,
департамент
гостиничного
бизнеса и туризма
СМWP

ДИНАМИКА ОБЪЕМА СДЕЛОК СО СКЛАДСКИМИ ПЛОЩАДЯМИ В РОССИИ, тыс. кв. м



Источник: NF Group Research



Наталья Афанасова
директор, отдел эксплуатации недвижимости CORE.XP

взрывной рост новых объектов все-таки может на время изменить расстановку сил, позволив зайти множеству небольших компаний, востребованных в моменте для управления быстрорастущим портфелем.



Сергей Черноусов
коммерческий директор девелопера и оператора сервисных офисов полного цикла Business Club

СЛИШКОМ УЗКИЕ НОРЫ

Хотя однозначной сегментации на рынке управления коммерческой недвижимостью пока нет, все профессиональные игроки начинают уделять внимание специфическим сегментам, поддерживает *Наталья Афанасова, директор, отдел эксплуатации недвижимости CORE.XP*. «Многообразие строящихся МФК или проектов light

industrial требует компетенций всех сегментов в одном операторе управления и эксплуатации, — продолжает она. — Это, несомненно, большой вызов для компаний, которые ранее не дифференцировали портфели. При этом команды бывших международных консультантов, включая CORE.XP, нацелены на предоставление услуг с обширной экспертизой, что становится конкурентным преимуществом на рынке управления. Это обусловлено прежним опытом работы как с крупными производственными или складскими проектами, так и экспертизой в офисных объектах и при сотрудничестве с крупными корпорациями во всех сегментах. В итоге рынок управления коммерческой недвижимостью становится более многопрофильным, что является естественным развитием отрасли в условиях активной строительной деятельности. Кроме того, все больше выходит не только многофункциональных объектов, но и с множеством собственников. Их готовы взять в управление команды с опытом в жилом сегменте, но предпочтение отдают платформенным компаниям, с экспертизой будущего брокериджа проданных офисных помещений или зон ретейла».



Сергей Нюхалов,
генеральный директор УК «Аструм Недвижимость», управляющей коммерческой инфраструктурой ГК «Гранель»:

— Некоторые компании сужают специализацию, фокусируясь на конкретных типах объектов. Мы же как управляющая компания при крупном застройщике жилой недвижимости, наоборот, расширяем сферу компетенции.

Изначально наша задача состояла в управлении коммерческой инфраструктурой жилых комплексов ГК «Гранель». Теперь, по мере диверсификации бизнеса застройщика, мы также расширяем портфель. Сейчас выходим в сегмент складской недвижимости, планируем развитие в офисном.

Мы убеждены, что задачи бизнеса и растущее разнообразие объектов стимулируют развитие управленческих компетенций. Чем крупнее портфель, тем активнее растет сама управляющая компания. Более того, мы рассматриваем возможность создания единой службы Facility Management; это дополнит существующее направление Property Management. Такой подход позволит объединить все аспекты управления недвижимостью в одной структуре, а также упростит коммуникацию и обмен опытом между подразделениями. Подобную же тенденцию мы наблюдаем и у крупных консалтинговых компаний в сфере недвижимости. Имея доступ к разнообразным проектам, они развивают как PM-, так и FM-направления.



Сергей Черноусов, коммерческий директор девелопера и оператора сервисных офисов полного цикла Business Club, соглашается: именно кардинальное изменение портрета собственников более всего влияет на переформатирование рынка управления. «Раньше классические лендлорды, институциональные инвесторы, профессиональные рантье знали, как управлять объектом, чтобы повысить его доходность, — вспоминает г-н Черноусов. — У новых игроков, приходящих в тот же офисный сегмент, как правило, из жилого сектора, такой экспертизы нет. Их желание зарабатывать здесь и сейчас при высокой платежеспособности, отсутствии времени, кадровых ресурсов и должных компетенций в вопросах ремонта и управления сегодня способны

удовлетворить опять-таки профессиональные операторы сервисных офисов с уже готовыми работающими комплексными решениями. Компании, которые арендуют или приобретают помещения под размещение своих сотрудников, стали стремиться к более продуктивному подходу. А именно: чтобы в режиме одного окна управляющей компанией оперативно решались любые вопросы и “на гостиничном уровне”, не только касающиеся блоков property и facility management. Речь, к примеру, об организации переезда “под ключ” и change management, озеленении площадки, оказании юридической и бухгалтерской поддержки, предоставлении личных помощников и оказании курьерских услуг, сдаче неиспользуемых офисных площадей в субаренду, организации мероприятий, привлечении комьюнити-менеджеров для сплочения команды, повышения вовлеченности, улучшения общего климата в коллективе, взаимодействия между отделами и увеличения производительности труда сотрудников».

Подобный расширенный функционал с упором на сервисную составляющую всегда был в числе компетенций профессиональных операторов. Поэтому логичным шагом с их стороны было отреагировать на сформировавшийся запрос и масштабироваться до управляющих компаний, оказывающих услуги не только на собственных площадках, но и внешних, поясняет Сергей Черноусов.

Однако с учетом укрупнения бизнесов и диверсификации услуг узкая специализация для большинства УК будет скорее минусом, чем плюсом, повторяет Денис Троценко. «Ее себестоимость выше, чем у компании с более широким набором компетенций, — напоминает он. — Победит тот, у кого административный ресурс более мощный и кто готов по ряду услуг работать с минимальной маржей. Повторюсь: сегодня рынок и FM, и PM — это рынок демпинга, к сожалению. Борьба за заказчика сейчас



Алена Власова,
коммерческий
директор Vesar FM:

— С одной стороны, четкой сегментации на рынке управления недвижимостью еще действительно нет.

Однако, например, мы в Vesar исторически позиционируем себя экспертами в коммерческом управлении апартаментами и апарт-отелями. Многие игроки, зная это, предпочитают обращаться с такими запросами в первую очередь именно к нам.

если не на пиковом значении, то на одной из наивысших точек. Дележ рынка будет сопровождаться «воровством» лучших кадров — именно за это сейчас основная борьба, сложная и не всегда честная игра. Поэтому многие, в том числе и мы, развиваются не только в рамках Москвы и городов-миллионников, но и в Центральной Азии и регионах Кавказа. Там впечатляющие перспективы».

Дмитрий Томилин соглашается: на рынке управления продолжится укрупнение. «Параллельно в этих УК будут развиваться профильные отделы по промышленным объектам, складам — по мере развития онлайн-агрегаторов, которые открывают различного функционала центры, — перечисляет эксперт. — В наименьшей степени развитие ждет компании, занимающиеся проектированием ТЦ, но вот услуги компаний по реконцепциям моллов будут очень востребованы. Высок запрос и на грамотное цифровое управление объектами, и сами девелоперы активно внедряют эти системы. Будут развиваться и интересные, специализирующиеся на стрит-ретејле, поскольку сейчас растет и смещается спрос на этот формат с расширением в пулах объектов общепита». [cRe](#)





О Ф И С Ы

ОФИС — САД

ОЗЕЛЕНЕНИЕ
ПРОСТРАНСТВА:
ЧТО СТОИТ
ЗНАТЬ

Фото: Botanicals

По данным Университета Эксетера, производительность труда работников в озелененных кабинетах выше на **15%**, а уровень усталости — меньше почти на **40%**. В зеленом офисе сотрудники быстрее избавляются от стресса, чем в офисе без озеленения. Визуальное воздействие растений может привести к значительному восстановлению от стресса уже в течение **пяти** минут. По проведенным исследованиям, **94%** сотрудников офисов рассматривают свое рабочее место как символ того, насколько внимательно руководство к ним относится.

Плюсы внесения в офисы «зеленой» атмосферы можно перечислять долго. Озеленение в целом поднимает настроение и способствует более эффективной работе сотрудников, а также сказывается на весе HR-бренда компании, констатирует **Полина Евсеева, генеральный директор Botanicals**. Тут мы опираемся не только на наши ощущения и отзывы клиентов, но и на цифры исследований. Кроме того, в современных офисах в воздухе может содержаться в 10 раз больше загрязняющих веществ, чем в воздухе на улице (плесень, формальдегид, пылевые клещи, угарный газ, остатки химических чистящих средств и др.). Комнатные растения могут существенно улучшить качество воздуха в помещении. Растения также контролируют влажность воздуха. Благодаря им относительная влажность увеличивается и стабилизируется в рекомендуемом для человека диапазоне от 30 до 60%.

«На сегодняшний день главный тренд в сфере коммерческого озеленения можно сопоставить со сформировавшимися в прошлом десятилетии ESG-принципами. Аббревиатура расшифровывается как «ответственное отношение к окружающей среде, высокая социальная ответственность и высокое качество корпоративного управления». По всему миру все чаще

прибегают к функциональному экологическому озеленению. В нашей стране в последние годы также наблюдается рост спроса на озеленение офисов. Это связано с рядом факторов: популяризацией «зеленых» офисов и устойчивым развитием в целом, увеличением осведомленности работодателей о пользе растений для здоровья и продуктивности сотрудников, трендом на создание эстетичной рабочей среды для привлечения и удержания работников», — добавляет представитель Botanicals.

Озеленение офиса в современных реалиях является такой же равнозначной задачей, как и, например, выбор напольного покрытия и/или мебели в проект, считает **Екатерина Врублевская, коммерческий директор, главный фитодизайнер компании Terra**. Поэтому продумывать размещение конкретных решений (фитостен/горшечных растений/искусственного озеленения) стоит на самых ранних этапах, в идеале на этапе проектирования совместно с архитекторами.

«В первую очередь следует определиться с задачами, которые необходимо решить посредством озеленения. Это может быть и классическое зонирование пространства, создающее комфортную среду для эффективной работы, и/или создание



Полина Евсеева
основатель
и генеральный
директор
компании
Botanicals



Екатерина Врублевская
коммерческий
директор,
главный
фитодизайнер
компании
Terra



Источник: Botanicals

что почему?

Для малых объектов с небольшим объемом озеленения (допустим, 10–20 напольных кашпо) комплексное предложение составляет от 150 до 300–500 тыс. руб. в зависимости от типов растений и степени эксклюзивности кашпо.

Для среднего офиса (около 100 растений) бюджет составит от 500 тыс. до 1,5 млн.

Если рассматривать большие офисные площади (несколько этажей или БЦ целиком) или торговые центры, то средняя стоимость озеленения составляет 3–5 млн при индивидуальном производстве кашпо.

Источник: Botanicals





Источник: Terra

общей стилистики пространства, задающей определенный имидж компании. Уже на этом этапе мы рекомендуем обращаться к экспертам в области озеленения – фитодизайнерам.

Зная особенности каждого продукта, они помогут определиться с решениями. Далее совместно с архитекторами можно согласовать концепцию и определиться с локациями, где желательно разместить озеленение. И уже на финальном этапе подобрать и согласовать конкретные растения в проект с учетом специфики помещения и влияния факторов окружающей среды, – советует эксперт. – Сегодня существует множество решений по озеленению пространств, и они довольно разнообразны. Это уже не просто точечно расставленные кашпо, а “изначально встроенное озеленение” – масштабные вертикальные стены, холмистые поверхности, лайтбоксы с искусственными растениями, потолочное озеленение. С точки зрения бизнес-составляющей набирает оборот вариант долгосрочной аренды озеленения, когда продукт не покупается, а берется в рассрочку на определенный срок».



Кстати

Источник: Terra

Вопрос озеленения схож с вопросом ремонта. Если не требуется что-то глобальное, то вполне можно справиться самостоятельно. Пара кашпо с растениями, требующими полива раз в неделю, – вариант озеленения для тех, кто хочет обойтись без чьей-либо помощи. Если запрос объемный или нестандартный, то лучше обратиться к специалистам.

«Важно определить, какого результата вы хотите достичь с помощью озеленения. Это может быть повышение эстетики пространства, усиление продуктивности сотрудников или просто влияние на качество воздуха. После определения всех этих вводных можно приступать

к подбору нужных растений», — советует Полина Евсева.

Есть ряд ошибок, которые наиболее часто допускаются при озеленении офисов. Самая часто встречающаяся — это непрофессиональный уход, считают в Botanicals. Для оптимизации бюджета на эксплуатацию офиса организации прибегают к услугам по обслуживанию растений посредством клининговой компании или просто кого-то из сотрудников. Так как у многих нет достаточных знаний и навыков, чтобы подобрать индивидуальный уход, необходимый конкретному растению, уже через небольшой промежуток времени растения начинают болеть и терять декоративный вид. Растения живые, поэтому, как и нам, им важны своевременная диагностика и лечение при необходимости.

«Часто наблюдаем ситуации, когда выбор и расстановка растений по принципу эстетического вида, без учета особенностей растений и необходимых для них условий содержания, приводят к гибели растений. Так, например, далеко не всем растениям комфортно под палящим солнцем у окна или в зоне повышенной влажности и температуры. Еще одна ошибка — это выбор растений и кашпо, которые теряются в интерьере или категорически не вписываются в него. Если растения не соответствуют размерам помещения, они не станут акцентным ярким элементом, радующим глаз», — говорит Полина Евсева.

Екатерина Врублевская полностью согласна с коллегой, но добавляет еще пару моментов: «Зачастую люди, решившие сэкономить на специалистах, сами покупают растения, конечно же, самые красивые, не зная, что растения эти максимально прихотливы, как, например, цитрофортунелла, хедера, лавр. Ну и надо помнить, что декоративно-лиственные растения могут цвести в условиях офисных помещений, и некоторые

из них обладают довольно сильным ароматом, что может мешать сотрудникам и рабочему процессу».

Какие же растения предпочтительнее разместить в офисе, а с какими не стоит связываться?

«Лучше всего приспосабливаются под разные условия, красиво выглядят и активны в росте ароидные растения, такие как филодендрон, монстера, аглаонема, диффенбахия, замиокулькас, также сансевиерия и драцена. Нежелательны, например, калатеи, маранты, ктенанты — они очень капризны в уходе, требовательны к влажности воздуха, подвержены вредителям; алоказии без регулярного ухода биолога и строгого соответствия условиям сбрасывают листья», — делится опытом Полина Евсева. **cRe**



Право слово

Как известно, российские суды при разрешении споров зачастую руководствуются не только законами, но и судебными решениями Верховного суда (ВС РФ). Рассмотрим самые заметные определения ВС РФ в этом году, которые будут задавать тон для судопроизводства в будущем.



Антон Помазан,
партнер,
адвокат фирмы
«Рустам Курмаев
и партнеры»

Верховный суд постановил

Застройщик завершил строительство объекта после истечения договора аренды земельного участка. Из-за чего муниципальные власти отказали в пролонгации срока действия договора аренды без торгов и в выдаче разрешения на ввод объекта в эксплуатацию.

ВС РФ отметил, что в связи с завершением строительства у публичного собственника участка отсутствует право на изъятие объекта недвижимости, предусмотренное п. 1 ст. 239.1 Гражданского кодекса РФ, так как оно распространяется только на объекты незавершенного строительства, поэтому власти обязаны предоставить застройщику участок в аренду без проведения торгов.

(Определение ВС РФ от 23.01.2024 № 305-ЭС23-16057)

Стороны заключили договор купли-продажи, не указав, что вместе с зданием передается земельный участок (здание было расположено на земле, чья площадь заметно превосходила площадь участка, необходимого для эксплуатации здания).

ВС РФ указал, что покупатель приобрел долю в праве собственности, соответствующей зданию склада, хотя это прямо и не было предусмотрено текстом договора купли-продажи. Также ВС РФ отметил, что для признания договора

купли-продажи объекта недвижимости без земельного участка, на котором он расположен (при условии, что и земля, и недвижимость принадлежат одному лицу), ничтожным необходимо, чтобы в договоре прямо было указано на отчуждение объекта недвижимости без земельного участка.

(Определение ВС РФ от 10.06.2024 № 305-ЭС23-24901)

Собственник строений выкупил у органа государственной власти земельные участки, находящиеся под недвижимостью, но позже решил, что заплатил больше положенного.

Собственник посчитал, что, согласно подзаконному акту субъекта РФ, он должен был уплатить меньшую сумму и обратился с требованием о признании недействительными пунктов договора, устанавливающих стоимость выкупаемой земли.

ВС РФ отметил, что заключению договора купли-продажи земельного участка предшествует административная процедура согласования, в результате которой стороны вправе урегулировать разногласия, возникшие при заключении договора, а при невозможности — обратиться в суд с соответствующим иском. Если заявитель не реализовал в установленном законом порядке права на заключение договоров на иных условиях, это не может служить основанием для признания недействительным договора

в части установления выкупной цены земельных участков.

(Определение ВС РФ от 07.02.2024 309-ЭС23-19967)

Заявители не были привлечены к административной ответственности за наличие на принадлежащих им земельных участках объектов самовольного строительства.

Суды согласились с позицией уполномоченного органа, что факт приобретения земельных участков с расположенными на них спорными объектами не дает оснований для освобождения от административной ответственности текущих собственников, так как правонарушение в данном случае является длящимся.

ВС отменил вынесенные по двум указанным делам судебные акты и направил дела на новое рассмотрение.

(Определения ВС РФ от 09.07.2024 г. № 305-ЭС24-4241 и № 305-ЭС23-27073)

В случае невнесения платы по договору купли-продажи земельного участка и последующего его расторжения по этому основанию покупатель обязан возместить продавцу все доходы, которые последний мог получить в процессе пользования земельным участком за соответствующий период.

(Определение ВС РФ от 10.07.2024 № 305-ЭС24-318)

16+ Реклама

CREW

FEDERAL AWARDS 2024

EST. 2004

XX ЕЖЕГОДНАЯ ФЕДЕРАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ
В ОБЛАСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ



19 СЕНТЯБРЯ
2024г.

CRYSTAL BALLROOM
MOSCOW CITY OKO

ФОТОАЛЬБОМ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР:



ПАРТНЕРЫ:



СПОНСОР ПРЕМИИ:



СПОНСОР КАТЕГОРИИ:



СПОНСОРЫ НОМИНАЦИИ:



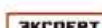
НЕЗАВИСИМЫЙ
КОНСУЛЬТАНТ:



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



ИНФОПАРТНЕРЫ:



«НАШЕ ВРЕМЯ — СЕЙЧАС!»

Под таким девизом в «Москва-Сити» с размахом прошла юбилейная XX ежегодная федеральная премия в области коммерческой недвижимости CRE Federal Awards 2024 (основана в 2004 году). Это знаменательное событие собрало более 200 авторитетных представителей рынка из 76 компаний.

Текст:
Антон КЛЮЕВ

Фото:
Михаил ВОРОНЦОВ,
Светлана ЗАОЗЁРИНА,
Павел БАКАЕВ

Жюри премии, как всегда, отметилось своим многочисленным и высокопрофессиональным составом: в первом туре конкурсного отбора, который проходил онлайн, приняли участие около 400 экспертов, а на очных заседаниях второго тура присутствовали 124 топ-менеджера ведущих компаний.

Члены жюри отметили увеличение числа высококачественных проектов коммерческой недвижимости по всей России. На премию были представлены объекты и компании из 37 городов и регионов России — от Калининграда до Хабаровска. Было подано 78 заявок от претендентов на «Золотой Кирпич». В финал вышли 63 участника в 21 номинации. Соответственно, за кулисами церемонии ожидал своих обладателей 21 «Золотой Кирпич» — символ признания лучших профессионалов рынка коммерческой недвижимости.

Но есть у церемонии и другая статистика. Ее подготовил представитель генерального партнера премии (Raven Russia) Ярослав Шувалов: за все годы проведения премии было выпито 48237 бутылок вина и 356 разбито.

Валерий Жуков (Instone Development) немедленно отреагировал: «Разбить столько вина — непозволительная роскошь. Давайте больше выпивать, а не разбивать».

Шутили в этот вечер со сцены много. Сама атмосфера располагала. Радостная, торжественная, теплая и дружеская. Но больше всего, конечно, было поздравлений в адрес победителей и пожеланий новых свершений. Стивен Герман (Ш С М И, управляющая компания ТРК «Питер Радуга»), в частности, сказал: «Я считаю, что эти кирпичи, которые мы получили, это основа фундамента следующих побед!»

Но даже те, кто в этот раз остался без главного приза премии, не чувствовали себя проигравшими. Ведь здесь, как в спорте, разница между первым и вторым местом может составлять всего лишь доли секунды.

Наше время — сейчас! Время для дальнейшего роста рынка коммерческой недвижимости. Время для новых вызовов и побед!

Благодарим за постоянную поддержку генерального партнера премии Raven Russia, независимого консультанта — компанию «Б1», а также всех партнеров и спонсоров: NF Group, Группу PLT, Instone Development, CORE.XP, Группу компаний «СПЕКТРУМ», «ФМ Сервис», Union Brokers, ПСБ, Lynks Property Management, Bugaev Parks&Gardens, Dako Professional Team, Проектное бюро Standart, DSS Consulting Services.



RAVEN RUSSIA

Образование - лучший фундамент

Raven Russia поддерживает Фонд Лиги Коммерческой Недвижимости по содействию образовательной и профессиональной деятельности



Генеральный партнер Премии CRE Federal Awards 2024



1. В ожидании начала торжественной церемонии. 2. Валентина Рождественская, Мария Зайцева, Олег Баранов, Гузель Конжукова (BlackStone Keeping Company). 3. Иван Починчиков (IPG.Estate), Евгений Гүменюк (Profit Management), Захар Вальков (Radius Group), Александр Фомин (IPG.Estate). 4. Михаил Тарасов и его команда (PLT).



ОДИН ИЗ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ НА РЫНКЕ КОММЕРЧЕСКОЙ И ЭЛИТНОЙ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ



НОМИНАЦИЯ «КОНСУЛЬТАНТ ГОДА»



НОМИНАЦИЯ «ПЕРСОНА ГОДА»



КРУПНЫЙ СКЛАДСКОЙ КОМПЛЕКС –
РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР «ПЯТЕРОЧКА»
(г. САМАРА)



СРЕДНИЙ СКЛАДСКОЙ КОМПЛЕКС –
РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР «КРАСНОДАРСКИЙ»
(г. КРАСНОДАР)



www.kf.expert

+7 (495) 981 0000

Партнер Премии CRE Federal Awards 2024



5



6



7



8



9

5. Мария Анисимова (Facilicom). 6. Алексей Будаев (ПСБ). 7. Анна Усанова (RosLogistics). 8. Владимир Поддубко (SeaBreeze Invest), Евгений Тонкачев (УК «Отель Менеджмент»), Ирина Ивашкевич (на момент проведения церемонии – сеть апарт-отелей YE'S), Наталья Обыденнова (ГОСТ Отель Менеджмент). 9. Юлия Кузнецова, Антон Орлов, Ольга Бакулина, Виктория Горячева, Ирина Царькова (Nikoliers).

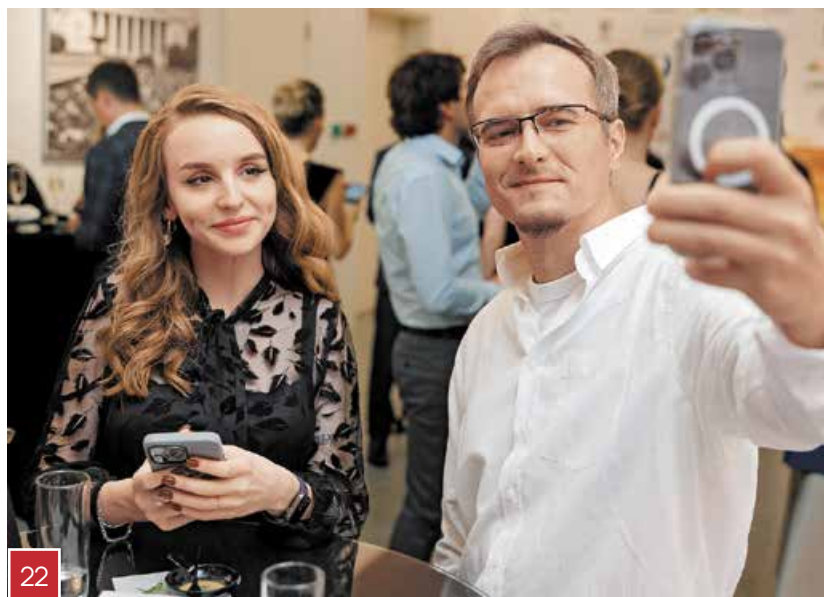


19 СЕНТЯБРЯ 2024

CRYSTAL BALLROOM, MOSCOW CITY, OKO



10. Захар Вальков (Radius Group). 11. Наталья Мальцева (Hines). 12. Ирина Жукова (NordCity). 13. Владимир Курдин (DDX Fitness) и Ирина Михайловская («Сити Молл»). 14. Александр Никишов (ХСА). 15. Ирина Найденко и Эмиль Бикманов (NF PM). 16. Лариса Зайцева и Александр Широченко (Промспецстрой/ЕГСК).



17. Дмитрий Гусев (Sawatzky®). 18. Дмитрий Баталов (БЦ «Ваш выбор», г. Красноярск). 19. Лариса Черкасова (Central Properties) и Михаил Сафонов (NF Group®). 20. Кристина Медникова (PLT). 21. Елена Степанова (Capital Legal Services). 22. Ксения Мазина и Иван Бугаев (Bugaev Parks&Gardens). 23. Илья Князев и Артем Большаков (NF Group®).

PLT



Инвестируйте в доверие



pltpm.ru

Партнер Премии CRE Federal Awards 2024



24. Дэвид Тзор (основатель CRE Awards). 25. Алена Мужикян (коммерческий директор CRE). 26. Ярослав Шувалов (Raven Russia®).
27. Михаил Тарасов (PLT). 28. Валерий Жуков (Instone Development). 29. Алексей Новиков (NF Group®).



30. Артем Малеев (ГК «СПЕКТРУМ»).

31. Руслан Ильясов (ДАКО).

32. Елена Ефремова и Елена Чернова (Lynks PM).



33. Алексей Ефимов (IBC Real Estate®). 34. Игорь Чумаченко (Vegas Lex). 35. Станислав Бибик и Михаил Тюнин (NF Group®).

**CORE.XP — лидер в консалтинге
и управлении инвестициями
в недвижимости в России и СНГ •**

CORE.XP — компания полного цикла, мы предоставляем услуги по всем секторам недвижимости и всему спектру задач инвесторов, девелоперов, собственников и корпораций на всех этапах жизненного цикла проекта.



36. Владимир Артюхов и Анна Холод (Instone Development). 37. Ирина Козина (NF Group). 38. Мария Пелепас, Александр Ларин, Екатерина Первушина (Central Properties). 39. Кристина Халилова (Raven Russia). 40. Виктория Марченко (ТЦ «Акварель»), Ксения Аксенова, Никита Рудь (NHOOD). 41. Елена Хвостенко («Ромекс-Кубань»).



42

42. Антон Алябьев (CORE.XP), Наталья Иголкина, Дмитрий Лыгин, Надежда Грун (Raven Russia), Владимир Пинаев (CORE.XP).
43. Церемония награждения открыта!

43



44



45



46



47



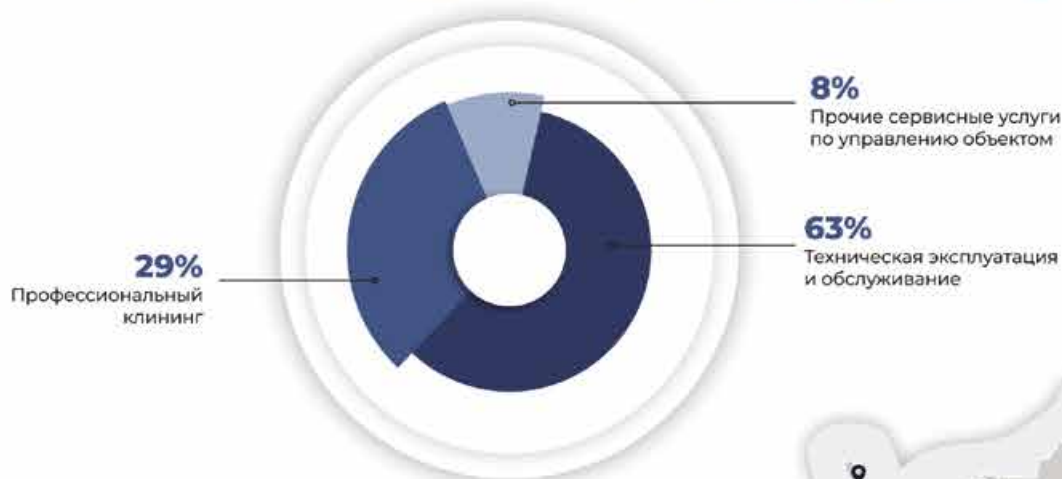
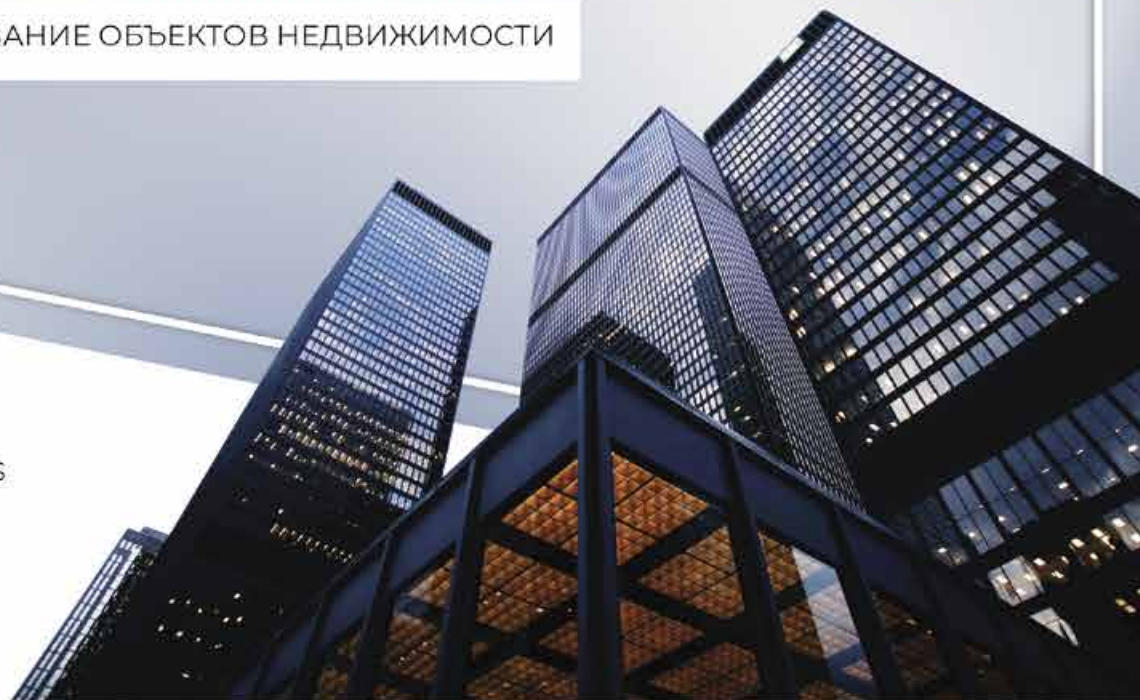
44. Константин Фомиченко, Александр Кацегоров, Никита Зайцев (NF Group®). 45. Ирина Царькова (Nikoliers). 46. Андрей Филиппов и Анна Никандрова (Nikoliers). 47. Антон Алябьев и Владимир Пинаев (CORE.XP®).

ФМ СЕРВИС



КОМПЛЕКСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ

УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ FM
2021, 2022, 2023 И 2024 ПО ВЕРСИИ
CRE FEDERAL AWARDS, АРЕНДАТОР
AWARDS, PROESTATE & TOBY AWARDS



Портфель объектов

- Административная недвижимость
- Складские комплексы
- Торговые центры
- Офисы продаж
- Индустриальная недвижимость
- Жилая недвижимость
- Бизнес-центр
- Апартаменты



 **Сайт**
fmservice.ru

 **Телефон**
8 800 775 97 95

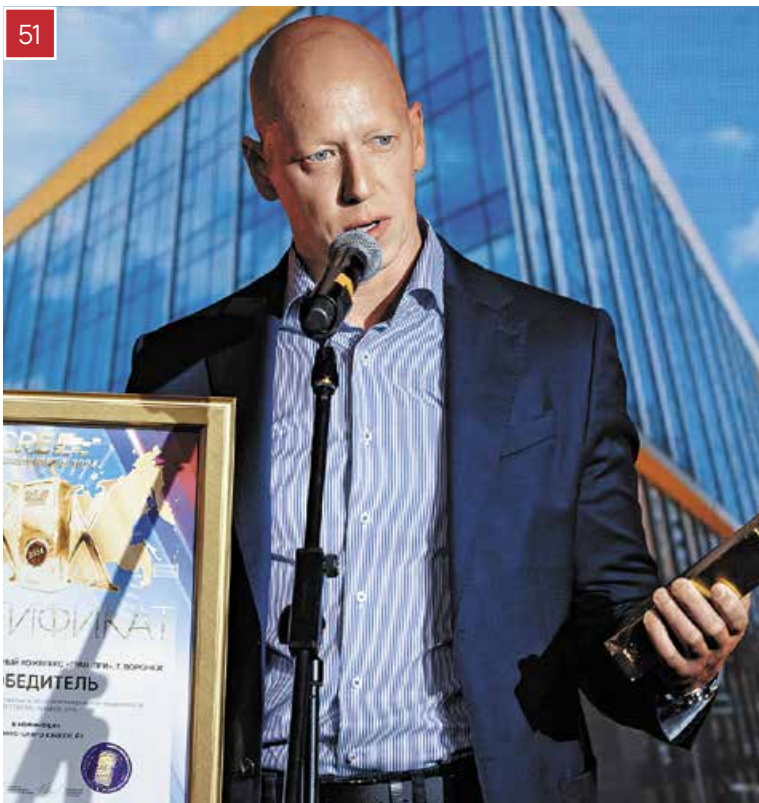


Реклама 16+

Спонсор номинации Премии CRE Federal Awards 2024



48. Наталья Обыденнова (ГОСТ Отель Менеджмент), Александр Гутекулов («Кластер Шереметьево», ГК «Михайловский Девелопмент»), Дарья Канева (DSS Consulting services). 49. Наталья Афанасова (CORE.XP®). 50. Кирилл Кудинов (Inreit, апартаменты Port Comfort).



51. Антон Беляев (МФК «Гран При», г. Воронеж). 52. Иван Бугаев (Bugaev Parks&Gardens).
53. NF Group стала победителем в номинации «Консультант года».





54. Константин Литовкин (Б1) и Юлия Кузнецова (Nikoliers). 55. Сергей Норец (проектное бюро «Стандарт»). 56. Андрей Большаков (Cosmos Hotel Group), Евгений Бумагин, Микаэл Казарян (у микрофона), Алексей Ефимов, Сергей Владимиров (IBC Real Estate) ©.

19 СЕНТЯБРЯ 2024

CRYSTAL BALLROOM, MOSCOW CITY, OKO



Когда невозможно сдержать эмоции... 57. Евгений Гуменюк (Profit Management). 58. Регина Волошенко (NF Group). 59. Андрей Филиппов и Анна Никандрова (Nikoliers). 60. Валерий Жуков (на переднем плане) (Instone Development).

61



62



61. Антон Алябьев (CORE.XP), Юрий Менухов (МБМ), Владимир Пинаев (CORE.XP), Сергей Митюшов (Instone Development).

62. Виктория Марченко (ТЦ «Акварель», г. Тольятти), Ирада Алиева, Ксения Аксенова (NHOOD), Мария Пелепас (Central Properties).



УПРАВЛЕНИЕ И ЭКСПЛУАТАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

КОНСАЛТИНГ • УПРАВЛЕНИЕ • ЭКСПЛУАТАЦИЯ
АУДИТ • DIGITAL-КОНСАЛТИНГ • БРОКЕРИДЖ
КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ • ОЦЕНКА • МАРКЕТИНГ

www.lynkspm.com
+7 (495) 532 9909

Спонсор номинации Премии CRE Federal Awards 2024

63



64



65



66



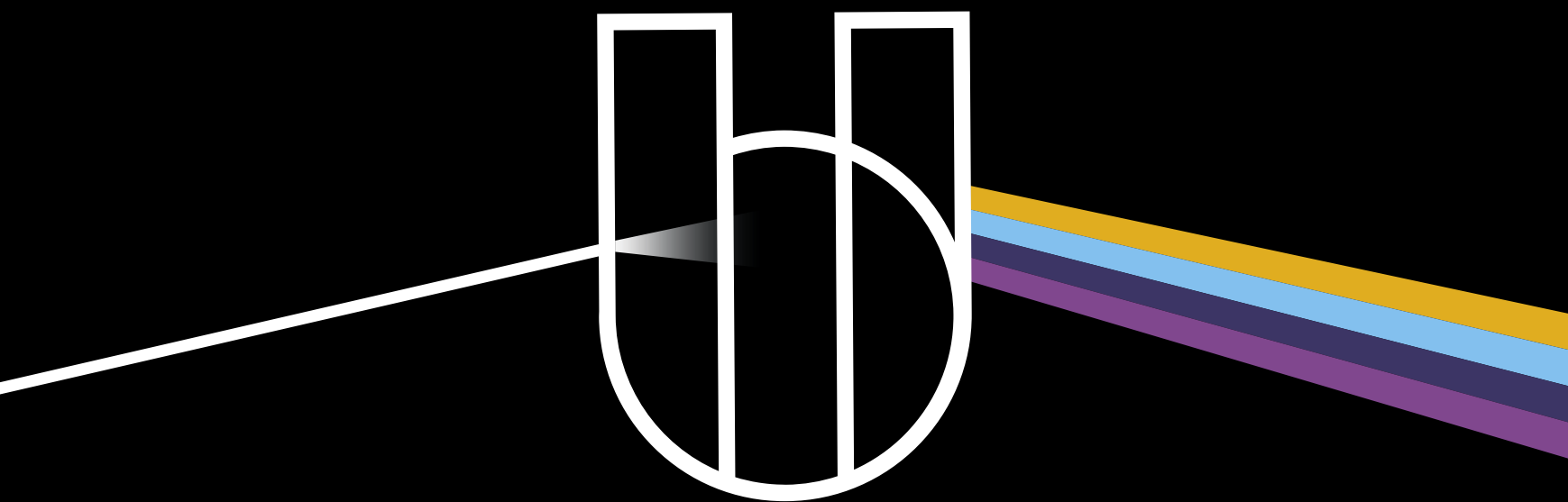
63. Ольга Бакунина и Виктор Афанасенко (Nikoliers). 64. Сергей Митюшов (Instone Development). 65. Евгений Капустин (Union Brokers).
66. Наталья Бонд (Union Brokers).



67. Константин Литовкин (Б1). 68. Владимир Нувальцев и Елена Сорина (Global Vision). 69. Роман Стогов (STEIT). 70. Наталья Иголкина (Raven Russia) готова объявить победителя в номинации «Консультант года».



71. Ксения Нестерова (сеть апарт-отелей Vertical). 72. Инна Филиппова (SOK). 73. Дмитрий Баталов (БЦ «Ваш выбор», г. Красноярск).
74. Алексей Будаев (ПСБ).



Реклама. 16+



Спонсор номинации Премии CRE Federal Awards 2024



75



76

75. Желанные «Золотые кирпичи» у NF Group. 76. Raven Russia получила «Зеленый кирпич» за самый «устойчивый» индустриальный объект.

19 СЕНТЯБРЯ 2024

CRYSTAL BALLROOM, MOSCOW CITY, OKO



77



78



79



80



81

77. Константин Литовкин (Б1), Стивен Герман (Ш С М И, управляющая компания ТРК «Питер Радуга»), Юлия Кузнецова (Nikoliers), Гийом Леруа-Болье (Ралмир Холдинг). 78, 79. Наталья Попкова, Светлана Красноперова (конгресс-отель «Екатеринбург»). 80. Сергей Цыцин (АМЦ-ПРОЕКТ, г. Санкт-Петербург). 81. Роман Стогов (STEIT).



82



83



84

82. Евгений Токмаков (концерн «Русич») – победитель в номинации «Девелопер года», а также Сергей Норец (проектное бюро «Стандарт»).

83. Виталий Коновалов, Ангелина Королева, Сергей Земцовский. Номинация «Управляющая компания. Facility Management» – победитель «ФМ Сервис».

84. Instone Development и ПЛ «Краснодарский» – победители в номинации «Средний складской комплекс».



85



86



87

85. Наталья Маслова (ДАКО), Стивен Герман (ШСМИ, управляющая компания ТРК «Питер Радуга»), Гийом Леруа-Болье (Ралмир Холдинг), Нина Маралина и Руслан Ильясов (ДАКО). 86. Юрий Менухов (МБМ) и Антон Алябьев (CORE.XP). 87. IBC Real Estate и Cosmos Hotel Group. Эмоции зашкаливают!

88



89



88. Такие моменты нужно обязательно запечатлеть на память! 89. Какой праздник без звона бокалов с шампанским?! (команда компании «ТехноСонус»).



90. Аркадий Ларионов (заведующий кафедрой МГСУ «Экономика и управление в строительстве»). 91. Кирилл Сиволапов (директор программ ИОМ РАНХиГС). 92. Наталья Мальцева (Hines®). 93. Сергей Назюта (первый проректор РВДН). 94. Елизавета Троянова (директор Центра карьер ВШМ СПбГУ). 95. Наталья Цыганова (руководитель Фонда Лиги коммерческой недвижимости). 96. Дружеское фото участников Фонда Лиги.



97

97. Идет третий тур голосования за «Персону года». 98. Все победители CRE Federal Awards 2024 на сцене.



98

ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ПАРК ГРАНАТ



300 000 м²

**ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ
ПАРКА**

22 000 м²

**НОВЫЕ БЛОКИ В ФОРМАТЕ
«ЛАЙТ ИНДАСТРИАЛ»**



ОТ 870 м²

**МИНИМАЛЬНАЯ
ПЛОЩАДЬ БЛОКА**



Г.О. ДОМОДЕДОВО
ПРОМЗОНА ЖИТНЕВО
ТЕЛ.: + 7 929 594 10 03 / +7 905 784 25 47
EMAIL: ANNA.KHOLOD@INSTONEDVELOPMENT.RU /
EVELINA.AGHAJANYAN@INSTONEDVELOPMENT.RU

WWW.GRANATPARK.RU

РЕКЛАМА 16+

Партнер Премии CRE Federal Awards 2024

ПЕРСОНА ГОДА

Алексей Новиков

На церемонии награждения
CRE Federal Awards 2024

Алексей Новиков, управляющий партнер *NF Group*, получил награду за вклад в развитие отрасли – «Персона года».

Напомним, победителем в этой же номинации он стал и на московской премии 2023 года.

и отрасли в целом. Мы строим репутацию вместе, и это делает нас сильнее.

– **Какие у вас планы на будущие премии? Будете с тем же рвением и активностью бороться за золотые кирпичи, или уже пыл поукас?**

– Да, безусловно, мы продолжим бороться за новые награды. Для нашей команды это мощный стимул, который помогает сохранять высокую планку и держать себя в тонусе. Мы с таким же энтузиазмом будем продолжать развиваться и демонстрировать лучшие результаты на рынке.

– **В этом году компания *NF Group* в четвертый раз стала «Консультантом года» премии *CRE Moscow Awards* и в третий – обладателем статуса «Консультант года» *CRE Federal Awards*. В чем секрет успеха?**

– Мы всегда стараемся быть лучшей версией себя – как профессионально, так и на уровне командного взаимодействия. Этические принципы играют ключевую роль в нашей работе: мы выстраиваем отношения с клиентами на основе доверия и взаимного уважения, так же, как и внутри команды. Именно корпоративная культура, основанная на открытости, поддержке и стремлении к высоким стандартам, позволяет нам добиваться стабильных успехов и оставаться лидерами рынка.

– **Были ли у вас амбиции по лидерству в других номинациях? Может, где-то, по вашему мнению, недодали «Золотой кирпич»?**

– Мы достигли отличных результатов, получив максимум возможных наград в профессиональных номинациях. Конечно, наша управляющая компания *NF PM* в этот раз не взяла главный приз в своей номинации, хотя и стала финалистом. Но я уверен, что это лишь вопрос времени – ее вклад в проекты очевиден, и она обязательно добьется успеха в будущем. Это лишь подталкивает нас к тому, чтобы становиться лучше и работать еще эффективнее.

В свою очередь, мы искренне считаем, что в некоторых категориях, таких как торговая, офисная, гостиничная и складская недвижимость, все финалисты были достойны победы. Конечно, хотелось бы, чтобы каждый ушел с «Золотым кирпичом», но дух конкуренции – это часть реальности, которая делает победу еще более значимой и стимулирует нас двигаться вперед.



– **Алексей, по-вашему, почему именно вы?**

– Я думаю, что ключевую роль в моей победе сыграло сочетание таких факторов, как опыт, новаторство и постоянное стремление к развитию. На рынке я уже более 20 лет, и за это время работал в консалтинге, брокеридже, банковских структурах. Я был одним из пионеров развития сегмента складской недвижимости и стоял у истоков формирования рынка коллективных инвестиций. Кроме того, для меня важно не останавливаться на достигнутом и каждый раз превосходить собственные результаты.

– **Награда вручается за вклад в развитие отрасли. Каковы основные составляющие вашего вклада?**

– Вот уже более шести лет я управляю компанией, которая является крупнейшим консультантом на рынке коммерческой недвижимости. Мы оказываем комплексную поддержку отрасли – начиная с аналитики, разработки концепций будущих проектов и заканчивая сопровождением собственников и девелоперов в части аренды и продажи объектов. Наше лидерство подтверждается как масштабом и географией деятельности, так и количеством успешных сделок. Конечно, это стало возможным благодаря сильной команде и многолетнему опыту.

Не менее важны и качественное медиапокрытие, формирование информационного поля, организация масштабных мероприятий, таких как складская и офисная конференция *NF Group*, а также наши благотворительные инициативы.

Личный бренд взаимосвязан с брендом компании: мы усиливаем друг друга. Однако я хотел бы отметить, что успех *NF Group* – это результат работы не одного человека. Все наши партнеры активно вовлечены в развитие компании



ПОБЕДИТЕЛИ CRE FEDERAL AWARDS 2024

КАТЕГОРИЯ

«ГОСТИНИЧНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»

Номинация «Апарт-отели»

Vertical Московская, г. Санкт-Петербург

Номинация «Гостиницы»

Конгресс-отель «Екатеринбург», г. Екатеринбург

КАТЕГОРИЯ

«ИНДУСТРИАЛЬНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»

Номинация «Средний складской комплекс»

Распределительный центр «Краснодарский»,
г. Краснодар

Номинация «Крупный складской комплекс»

Распределительный центр «Пятерочка», г. Самара

КАТЕГОРИЯ

«ОФИСНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»

Номинация «Бизнес-центр класса В»

Бизнес-центр «Ваш Выбор», г. Красноярск

Номинация «Бизнес-центр класса А»

Многофункциональный комплекс «Гран-При»,
г. Воронеж

КАТЕГОРИЯ

«ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»

Номинация

«Редевелопмент торговой недвижимости»

LETOOUT outlet mall, г. Самара

Номинация «Малый торговый центр»

Интерьерно-выставочный центр «Мöбельбург»,
г. Санкт-Петербург

Номинация

«Средний торговый центр»

ТРЦ «ЭкоПарк», г. Мурино

КАТЕГОРИЯ «ЗЕЛЁНЫЙ КИРПИЧ»

Номинация

«Зелёный Кирпич в офисной недвижимости»

БЦ «Спасский 11», г. Санкт-Петербург

Номинация «Зелёный Кирпич в торговой недвижимости»

ТЦ «Акварель», г. Тольятти

Номинация

«Зелёный Кирпич в индустриальной недвижимости»

Логистический парк «Шушары», г. Санкт-Петербург

КАТЕГОРИЯ

«УПРАВЛЕНИЕ НЕДВИЖИМОСТЬЮ»

Номинация «Управляющая компания. Facility Management»

ФМ Сервис

Номинация «Управляющая компания. Property Management»

Nikoliers

Номинация «Сервисный офис»

Смарт-офисы SOK

КАТЕГОРИЯ «СДЕЛКА ГОДА»

Номинация «Сделка года.

Аренда торговой недвижимости»

Открытие нового универмага «Стокманн»
в ТРК «Питер Радуга» в Петербурге

Номинация «Сделка года.

Аренда индустриальной недвижимости»

Фулфилмент-центр для компании OZON в Ярославле

Номинация «Сделка года. Купля-продажа»

Купля-продажа портфеля из 10 отелей Wenaas

КАТЕГОРИЯ «ДЕВЕЛОПЕР ГОДА»

Номинация «Девелопер года»

Концерн «РУСИЧ»

КАТЕГОРИЯ «КОНСУЛЬТАНТ ГОДА»

Номинация «Консультант года»

NF Group

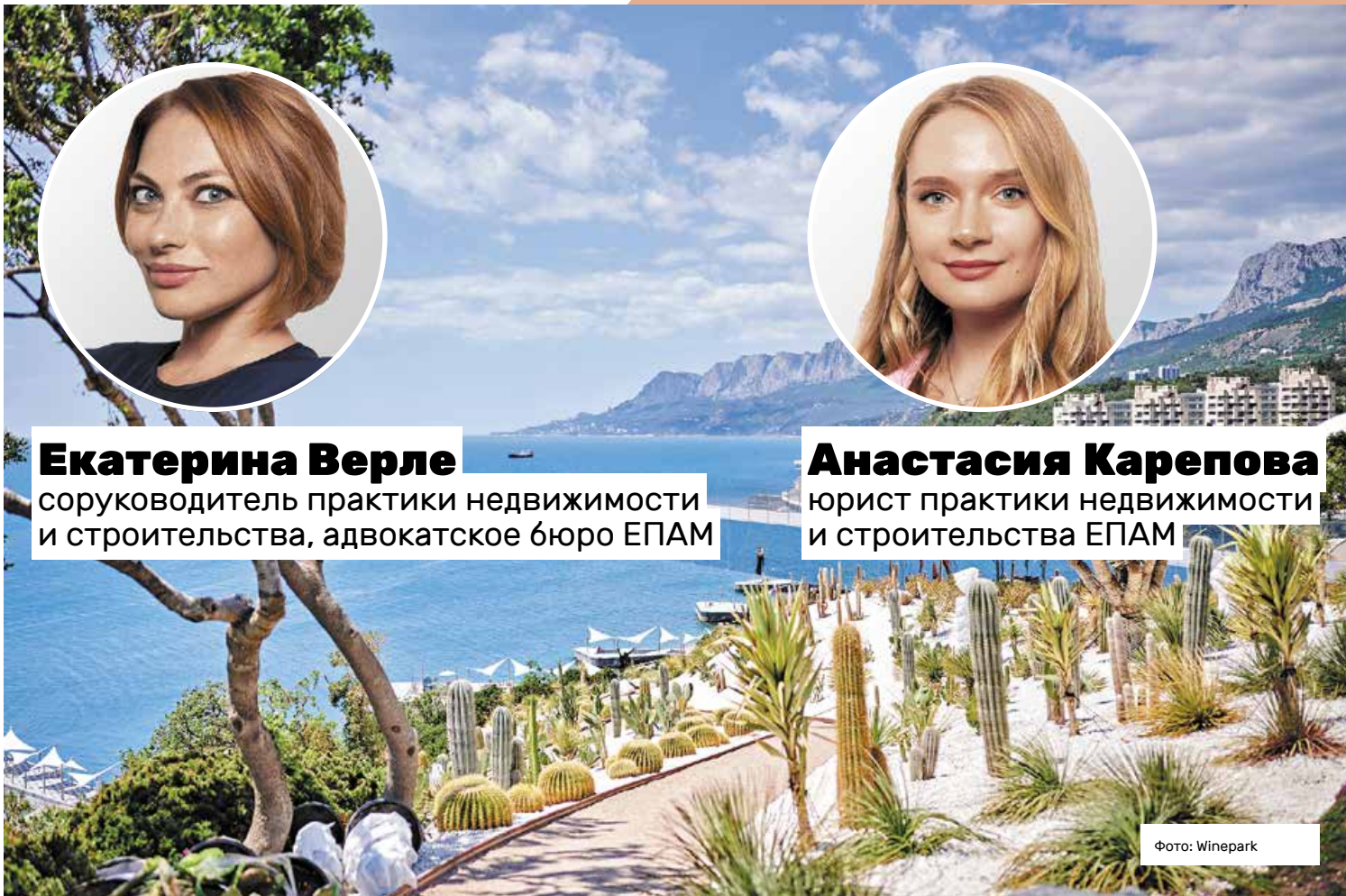
КАТЕГОРИЯ «ПЕРСОНА ГОДА»

Номинация «Персона года»

Алексей Новиков,

Управляющий партнер, NF Group

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА



Екатерина Верле

соруководитель практики недвижимости и строительства, адвокатское бюро ЕПАМ

Анастасия Кареева

юрист практики недвижимости и строительства ЕПАМ

Фото: Winepark

БЕЗ ТОРГА:

КАК ПОЛУЧИТЬ ЗЕМЛЮ
ПОД СТРОИТЕЛЬСТВО
ТУРИСТИЧЕСКИХ
ОБЪЕКТОВ

В течение последних лет объем туристических поездок внутри страны стабильно растет. Такой рост, в свою очередь, приводит к повышению спроса со стороны девелоперов на строительство гостиниц, отелей, глэмпингов, турбаз и прилегающей инфраструктуры. Привлекательность инвестирования в строительство туристических объектов во многом возросла благодаря действию программы льготного кредитования их строительства и реконструкции в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

Один из первых вопросов, с которым сталкивается любой девелопер при проработке бизнес-плана проекта по строительству, – получение прав на земельный участок. Чаще всего земля для строительства предоставляется в аренду, при этом в подавляющем большинстве случаев девелоперы заинтересованы в приобретении земли в аренду без торгов.

Возможные основания, по которым девелопер может получить землю на таких условиях, закреплены в Земельном кодексе, то есть на федеральном уровне. Регионы, в свою очередь, могут детализировать некоторые из таких оснований. Региональные критерии часто являются достаточно гибкими и позволяют девелоперам оформить права на интересующие их участки при наименьших затратах. Например, одним из таких оснований является предоставление участка в аренду без торгов для реализации масштабного инвестиционного проекта (МИП) или для размещения объекта социально-культурного назначения.

Регионы, пользуясь предоставленной им свободой, предусматривают различные критерии для получения земельных участков по данному основанию.

В ряде случаев такие региональные критерии заданы весьма определенно. Например, в качестве единственного требования регионы устанавливают определенный объем капитальных вложений в строительство конкретного туристического объекта или площадь такого объекта.

Для наглядности: в Алтайском крае площадь объекта должна быть не менее 1000 кв.м. В Республике Карелия, где количество туристов в 2023-м превысило показатели 2022 года почти в два раза, получить землю без торгов можно при капитальных вложениях в такое строительство в объеме не менее 20 млн руб. В Нижегородской области, где в 2024 году власти ожидают увеличение туристического потока на 49%, единственным требованием выступает размещение

на предоставленном в аренду земельном участке объектов для отдыха (рекреации) или санаторной деятельности. В Иркутской области земля без торгов может быть предоставлена для создания объектов туристской индустрии с объемом капитальных вложений не менее 500 млн руб.

Иногда входные критерии описаны менее четко, и конкретный проект должен найти отражение в нормативных документах на региональном уровне.

В качестве примера: в Республике Алтай, где турпоток ежегодно растет в среднем на 5% и составляет более 2 млн человек в год, земельный участок для развития санаторно-курортной деятельности можно получить при условии, что проект признан приоритетным инвестиционным для региона. В Краснодарском крае земельный участок предоставят в аренду без торгов при условии его включения в государственные программы края или программы муниципальных образований.

При реализации МИП или размещении объекта социально-культурного назначения между инвестором и регионом обычно заключается соглашение, в котором могут быть установлены дополнительные обязанности инвестора.

Интересные ситуации могут возникнуть, когда у девелопера уже есть в собственности туристический

Кстати

В начале 2024 года принят закон, который расширил полномочия корпорации «Туризм.РФ». Теперь эта структура наделена полномочиями предоставлять земельные участки юридическим лицам по акту президента РФ, правительства РФ для целей развития туризма без проведения торгов в собственность, аренду и безвозмездное пользование. Отметим, что на данный момент процедура получения прав на земельные участки с использованием полномочий «Туризм.РФ» детально в законодательстве не урегулирована, поэтому на практике реализация таких проектов во многом будет зависеть от усмотрения «Туризм.РФ».



объект и договор аренды на земельный участок для эксплуатации этого объекта, и при этом девелопер хочет реконструировать данный объект, для чего ему необходимо приобрести в аренду смежный земельный участок. Отметим, что в таких случаях не всегда очевидно, можно ли получить земельный участок без торгов для реализации МИП или размещения объекта социально-культурного назначения под реконструкцию туристического объекта (а не под новое строительство). В законодательстве отдельных регионов есть прямое указание на возможность предоставления земельного участка для реконструкции объекта по данному основанию (например, в Ленинградской и Сахалинской областях, Ставропольском крае). Но часто такая возможность в законодательстве прямо не предусмотрена. В случае необходимости получения земельного участка для реконструкции рекомендуем

заранее изучить положения законодательства региона на этот счет.

Для девелоперов также может быть привлекательным строительство объектов туристической инфраструктуры в границах особых экономических зон (ОЭЗ). Они создаются в наиболее востребованных туристами регионах России и предполагают особый режим осуществления хозяйственной деятельности в их границах (налоговые, таможенные льготы и др.). В число особых экономических зон туристско-рекреационного типа входят, например, «Байкальская гавань», расположенная на территории Республики Бурятия на берегу озера Байкал, «Архыз» на территории горнолыжного курорта, «Завидово» на территории Тверской области.

В границах таких ОЭЗ допускается размещать объекты туристской индустрии, санаторно-курортного лечения, медицинской реабилитации и отдыха, однако существует запрет на размещение жилой застройки. При этом земельные участки предоставляются в аренду без торгов.

После завершения строительства резиденты вправе выкупить земельные участки под построенными объектами при условии соблюдения соглашения об осуществлении деятельности в ОЭЗ.

Среди специфики, с которой столкнется девелопер при реализации проекта в границах ОЭЗ, можно выделить в первую очередь большую зависимость от управляющей компании ОЭЗ. Именно она в большинстве случаев отвечает за подготовку и внесение изменений в документацию по планировке территории, тем самым определяя, как будут использоваться земельные участки. Кроме того, управляющая компания обеспечивает создание и эксплуатацию объектов инженерной, транспортной, социальной, и иных инфраструктур, а также подключение построенного резидентом объекта к инженерной и транспортной инфраструктуре. **cRe**

Советы «отдыхающим»

Если есть намерение развивать туристические проекты, рекомендуем начать с анализа интересующего региона, в частности проверить:

- существуют ли возможности получить земельный участок без торгов и какие;
- предлагаются ли какие-либо преференции и льготы;
- есть ли какие-либо градостроительные ограничения в градостроительной документации данной территории (схемах территориального планирования и генеральных планах, правилах землепользования и застройки) на размещение интересующего объекта. Наличие таких неустраненных ограничений может существенно осложнить строительство;
- есть ли ограничения на дальнейший выкуп участка (например, расположение участка в границах береговой полосы или в границах особо охраняемых природных территорий или отнесение участка к лесному фонду).

При обсуждении условий инвестиционного соглашения с регионом рекомендуем обращать внимание на обязательства, предусмотренные соглашением, в том числе касающиеся параметров объекта: нарушение условий соглашения может повлечь расторжение договора аренды земельного участка.

ERRE

RETAIL

с.70

*Знак качества:
почему покупатели выбирают лучшие
ПВЗ даже далеко от дома*

с.76

*Old money: как объекту коммерческой
недвижимости заработать на «сильверах»*

с.80

*Витрины захватывают рынок:
как развивается продуктовый ретейл*



С R E T A I L



Текст: Алина Арсенина
Фото: freepik.com

ЗНАК

КАЧЕСТВА:

почему покупатели выбирают лучшие ПВЗ даже далеко от дома

Полтора года назад крупнейшие игроки e-commerce начали открывать «элитные» и «премиальные» пункты выдачи заказов. Однако на фоне растущей конкуренции среди франчайзи сервис «дорого-богато» с мягкими диванами, плюшевыми примерочными, кофе, welcome-бонбоньерками и бокалом игристого появляется и во многих обычных ПВЗ. Качество клиентского опыта становится одним из локомотивов мультимедийной торговли: хороший ПВЗ вытянет при прочих недостатках маркетплейс, а плохой – утопит.

В большинстве городов России многие ПВЗ уже сейчас расположены в соседних зданиях. Однако это не означает, что экспансия онлайн-торговли завершена, убежден **Виталий Пашкович, руководитель отдела продаж направления e-commerce «Курьер Сервис Экспресс»**. В России доля рынка e-commerce составляет 12%, из них 70% покупок совершаются на маркетплейсах; в США же – около 35%, в Китае – более 50%. «Рынок будет расти в этом направлении и дальше, а при насыщении сегмента ПВЗ, которое имеется сейчас, пунктам выдачи заказов очевидно потребуется качественно новый уровень сервиса, атмосферы, – убежден эксперт. – Точно уйдут в прошлое коробки с неприятным грузом в клиентском зале, работающая одна из трех примерочных (остальные завалены грузом или инвентарем), экономия на климат-контроле и так далее. Продолжат появляться специально оборудованные места для детей – с игрушками, столиками для рисования. Другое дело, что произойдет это, скорее всего, с окончанием кризиса и ростом благосостояния населения. Сейчас главное – сохранить маржинальность бизнеса и не потерять, а нарастить долю рынка. И если маркетплейсы будут зарегулированы ФАС (например, не более 25% продаж на один маркетплейс), то это позволит другим игрокам начать или активизировать экспансию, в том числе и за счет качественно иного подхода к работе ПВЗ».

ЧИСТЫЙ ЛЮКС

Конкуренция между пунктами выдачи заказов усиливается давно, даже в небольших городах, и это только начало, соглашается **Ирина Чернавина, эксперт по коммерческой недвижимости и ретейлу**. «ПВЗ бьются между собой за лояльность покупателей/пользователей маркетплейсов, их покупки, возвращение, – констатирует эксперт. – Им важно,

чтобы заказ забирали именно у них, иначе точка будет убыточна, и они готовы практически на все: например, покупать для конкурентов, открывшихся слишком близко и ставших причиной снижения трафика, плохие отзывы. И в то же время для себя покупать положительные отзывы, ведь из-за меньшего количества «звезд» у того или иного ПВЗ покупатель даже готов выбрать более неудобную для себя локацию. ПВЗ действительно вышли на новый уровень конкурентной борьбы: стали больше задумываться о своем внешнем виде, размере, условиях, в которых клиенты будут забирать покупки, о том, насколько они будут чувствовать себя комфортнее, чем у конкурентов в соседнем доме».

Как сообщили CRE в **пресс-службе Wildberries**, сейчас у маркетплейса нет обязательного требования для фирменных или партнерских ПВЗ по ремонту «в премиум-формате» и другим «плюшкам». Такое решение чаще всего принимается самими партнерами, стремящимися выделить свои пункты выдачи на фоне других, поясняют



Виталий Пашкович
руководитель
отдела продаж
направления
e-commerce
«Курьер Сервис
Экспресс»



Ирина Чернавина
эксперт
по коммерческой
недвижимости
и ретейлу



Константин Анисимов,
директор
по маркетингу
Fashion House Group:

– Качество клиентского опыта в ПВЗ будет играть все более важную роль в мультиканальной торговле. Современные потребители ожидают высокого уровня сервиса во всех точках взаимодействия с брендом – как онлайн, так и офлайн. Это особенно важно для люксовых брендов и премиальных сегментов. На практике же улучшение клиентского опыта в ПВЗ и торговых точках способствует повышению лояльности клиентов и стимулирует повторные посещения, что, в свою очередь, положительно влияет на продажи. В будущем компании, которые смогут предложить непревзойденный уровень обслуживания на всех этапах взаимодействия с покупателем, будут иметь значительное конкурентное преимущество.





Александр Митурич
директор
региональной сети
Voberry

в компании. В обычных фирменных ПВЗ же выполняется стандартный ремонт; в некоторых региональных пунктах основное отличие заключается в планировке мебели и конфигурации помещений.

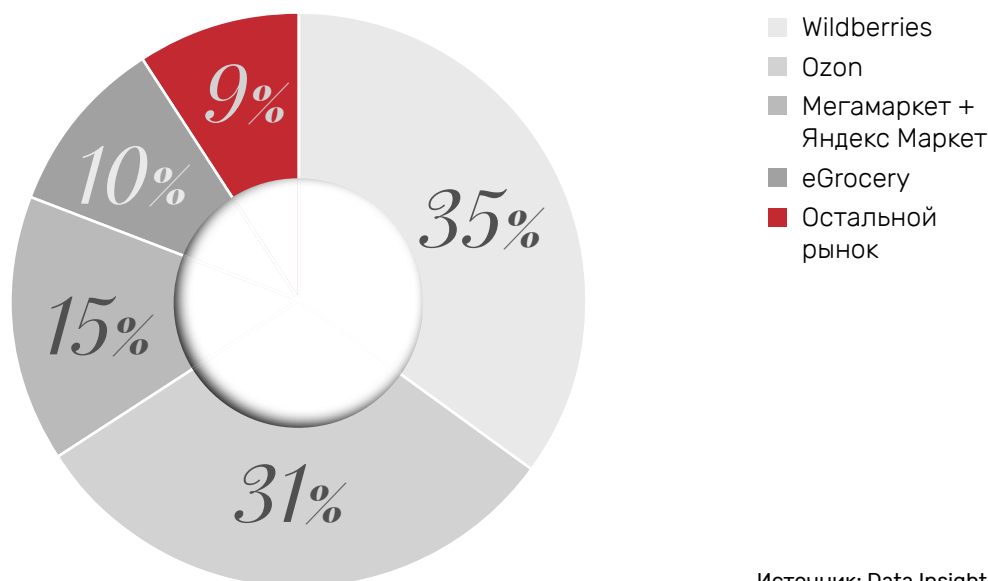
По данным Wildberries, пока клиенты все еще выбирают ПВЗ преимущественно по принципу удобства и близости расположения. «Влияние уровня отделки помещения все еще незначительно, но оно растет, — подчеркивают в пресс-службе. — Мы используем множество метрик для отслеживания качества предоставляемых услуг, и состояние ПВЗ является одной из них. Основное внимание, конечно, уделяется поддержанию чистоты и высокому уровню сервиса. ПВЗ, которые соответствуют этим стандартам, получают дополнительные мотивационные выплаты. Рейтинг же ПВЗ на основе оценок, оставленных клиентами, позволяет эффективно отслеживать текущее состояние пунктов выдачи и вовремя реагировать на потенциальные проблемы».

ПЕРВОЕ ПРАВИЛО КЛУБА

Возможно, на фоне растущей конкуренции некоторые игроки и будут создавать ПВЗ с «клубным подходом», рассуждает **Александр Митурич, директор региональной сети Voberry**. Однако «избыточный» сервис будет востребован лишь у небольшого числа покупателей — тех, кто готов потратить время на то, чтобы доехать до условно премиального или высококачественного пункта выдачи. В большинстве же случаев, если получатель хочет особых условий и приватности, он просто закажет курьерскую доставку. «А когда человек идет за посылкой сам, он выбирает все же по принципу “близко, быстро, удобно”, — продолжает г-н Митурич. — Если важна примерка, обратит внимание на достаточное количество примерочных и отсутствие очередей. Мы проводили эксперимент, чтобы выяснить, какой пункт выдачи (при одинаково удобном расположении) выберет получатель: с более свежим ремонтом или менее эффектно оформленный. Оказалось, что выбор не всегда очевиден. Безусловно, есть те, кто ориентируется на внешний вид и сервис ПВЗ, но таких клиентов не слишком много».

Для большинства получателей и отправителей важно, чтобы до отделения можно было дойти за пять-семь минут. А вот если в этом радиусе расположены несколько отделений, то на выбор будут влиять вторичные факторы. К ним можно отнести свежесть ремонта, чистоту помещения, вежливость сотрудников, наличие или отсутствие очередей и др. Если получатель передвигается на машине, то он изучит наличие парковки и удобство подъездных путей. Причем какой из этих факторов в итоге окажется ключевым, предсказать сложно. «Маркетплейсам пока важны в первую очередь

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИРОСТА РЫНКА ПО КАТЕГОРИЯМ ИГРОКОВ, 2023, млрд руб.



Источник: Data Insight

“



Павел Мрыкин,
руководитель
департамента
клиентского опыта
Calltouch:

– Клиенты предпочитают ПВЗ с хорошим сервисом – обслуживание действительно все сильнее влияет на репутацию маркетплейса. Но остается важным и расположение. Лучше, если ПВЗ находится в популярных местах: торговых центрах или около транспортных узлов. Идеально, если пункт расположен в центре города или в спальнях районах на первом этаже многоквартирного дома. По нашим прогнозам, влияние качества клиентского опыта в пунктах выдачи будет расти и дальше; компании будут больше инвестировать в улучшение сервиса.

”

масштабируемость локаций и стабильность работы ПВЗ по тем стандартам, которые уже внедрены, – считает *Андрей Завьялов, эксперт по коммерческой недвижимости и ретейлу*. – Креатив франчайзи поощряется, но существенные отклонения от стандартов, заложенные в модели, могут дорого обойтись: начиная со штрафов и замечаний и заканчивая инспекциями, грозящими полным закрытием. Кроме того, размеры банковских комиссий и выплат в рамках франчайзинга просто не позволяют использовать сверхприбыль в целях улучшения ПВЗ: прибыль идет на развитие персонала и масштабирование, текущие операционные затраты, поскольку сказывается высокий уровень инфляции и других издержек».

Впрочем, эксперт указывает, что сами маркетплейсы при распределении заказов все-таки по умолчанию отдают предпочтение ПВЗ с высоким рейтингом, а серьезные ошибки, особенно в обслуживании (обработка заказов, возвраты, плохие отзывы), «подбивают доверие». Так, «Яндекс

Маркет» практикует индексы качества и размещает перечень ПВЗ с высоким индексом доверия у потребителей преимущественно в интернете и на «Яндекс Картах» с приоритетным поиском. «Более нишевые игроки не могут пока позволить себе такой масштаб ПВЗ в совокупности с серьезными IT-инновациями, но со временем стоимость внедрения технологий удешевится, что позволит раскрыть потенциал



Андрей
Завьялов
эксперт
по коммерческой
недвижимости
и ретейлу



Источник: freepik.com



Источник: freepik.com



Анастасия Абашева,
руководитель
интерьерного отдела
архитектурного бюро
T+T Architects:

– Скорее всего, покупатель будет забирать товар в той точке, где ему это удобнее делать в тот или иной день недели или время суток. Также в разных точках может варьироваться время доставки товаров, что является одним из ключевых критериев ее выбора. Значимую роль качество оформления ПВЗ, дизайн, интерьерные решения, удобство и эстетичность играют в контексте премиальных ПВЗ. Люди проводят в них больше времени, могут запросить дополнительные сервисы, хотя чувствуют себя комфортно во время примерки и приобретения дорогостоящих товаров.

К тому же если стандартные пункты выдачи товаров сложно отличить друг от друга, то премиальная точка должна выглядеть эффектно и запоминаться. Помимо своей базовой функции, такие места также выступают в качестве маркетингового инструмента в борьбе за достаточно избирательного и состоятельного клиента. Для данной категории потребителей важны не только товар и его стоимость, но и то, в каком месте он его забирает, атмосфера, отношение сотрудников, организация процесса выдачи и эстетическая сторона вопроса.

Нельзя забывать, что сервис и комфортное пространство – то, к чему привыкли офлайн-покупатели, а это означает, что зонирование должно быть продумано с особым вниманием к деталям, ориентировано на удобство каждого процесса. В целом, с учетом достаточно компактных размеров ПВЗ в сравнении с привычными магазинами, правильное зонирование и выстраивание логистики процессов играют ключевую роль в комфорте для посетителя и сохранении «ощущения премиальности».



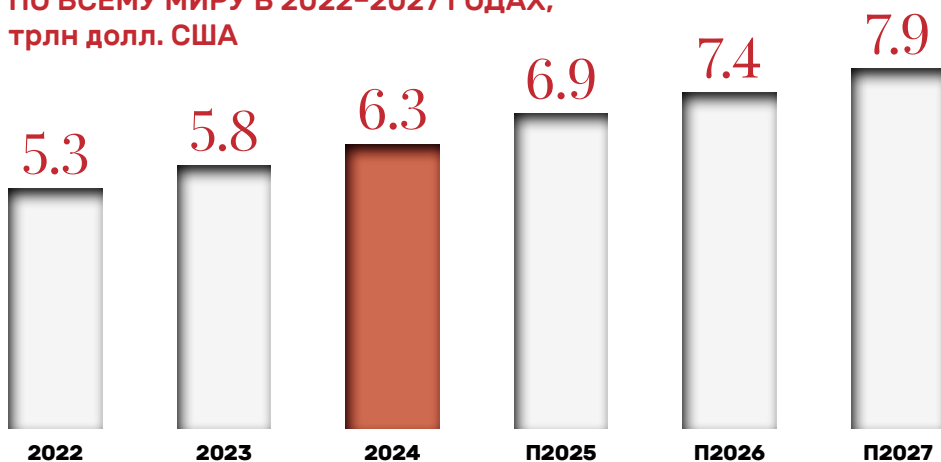
иных компаний», – резюмирует Андрей Завьялов. «Но не думаю, что для маркетплейсов, которые занимают значительную часть рынка – Wildberries, Ozon, ПВЗ могут стать локомотивом бизнеса, – парирует Виталий Пашкович. – Если только не произойдет что-то революционное в этом направлении. Рейтинг находящихся рядом пунктов выдачи, конечно, способен повлиять на выбор потребителя, но более значимым остается и пока останется его местоположение и наличие поблизости других объектов торговли и услуг, позволяющее совместить покупки с повседневными делами. И если покупателю важна цена товара, то он закроет глаза и на стоящие в зале коробки с неприкрытым товаром, и на неработающий кондиционер. Если же клиент готов переплатить или потратить больше времени, то он обратит внимание на рейтинг ПВЗ».

СЫН ОШИБОК

Роль ПВЗ как маркетингового инструмента все-таки будет расти, убеждены большинство собеседников CRE: покупатели (и особенно покупательницы) все чаще сообщают в опросах, что хотели бы, чтобы ПВЗ был

«располагающим к желанию сфотографироваться и выложить снимок в соцсетях». «С учетом прогноза на ближайшие три-пять лет с учетом выдающейся скорости развития ретейла и e-commerce-технологий (к сожалению, не форматов) в России, скудного опыта соседних стран ЕАЭС и КНР, качество клиентского опыта через достаточно продолжительное время будет играть серьезную роль в выборе оператора доставки и реализации товара, – рассуждает Андрей Завьялов. – Как мы видим на примере стран ЕС и США, взаимодействие с клиентом становится с каждым годом все более персонализированным, основанным на прозрачности, точности и ревностном отношении к качеству работы персонала, доставки и глобальной логистики. Отзывы и рейтинги уже сейчас

РОСТ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ E-COMMERCE ПО ВСЕМУ МИРУ В 2022-2027 ГОДАХ, трлн долл. США



Источник: Forbes Advisor

не просто изучают, их систематизируют, фильтруют и оценивают системами ИИ, что дает исключительный подход к каждому клиенту в грандиозном объеме товарных категорий и ассортимента». **cRe**

+7 (495) 737-61-81
www.mdpm.ru
8 (800) 100-71-39
Реклама 15-

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

ОБЪЕКТЫ ЛЮБОЙ СЛОЖНОСТИ

УКОМПЛЕКТОВАННЫЙ ШТАТ СПЕЦИАЛИСТОВ ЛЮБОГО УРОВНЯ

30

лет на рынке услуг

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

500+

объектов в обслуживании

16,5

млн м² в обслуживании

ВСЯ

территория РФ

MD FACILITY MANAGEMENT
A Division of OMC

С R E R E T A I L



**Евгения
Кузьминых**

директор по управлению
взаимоотношениями
с арендаторами
ADG Group



OLD MONEY:

КАК ОБЪЕКТУ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ЗАРАБОТАТЬ НА «СИЛЬВЕРАХ»

В 2010 году Хелен Миррен приняла участие в фотосессии для журнала New York в поддержку выхода фильма с ее участием «Ранчо любви». Не каждая фотосъемка даже с известными актерами становится событием. Но именно эта едва не затмила собой саму премьеру фильма. А все потому, что знаменитая британская актриса, которой на тот момент исполнилось 65 лет, снялась обнаженной. Новость моментально подхватили таблоиды по обе стороны Атлантики. И это неудивительно, ведь устоявшиеся представления о съемках в жанре ню для гляцевых журналов в подавляющем большинстве случаев предполагают участие моделей как минимум вдвое моложе.

СТАРШЕЕ ПОКОЛЕНИЕ В МОДЕ

Мода на молодость, которую сформировали крупные производители одежды, сильно повлияла на то, как ретейлеры оценивали наиболее перспективные для себя ниши и аудитории. В первую очередь они ориентировались на молодое поколение, а вот серебряные – аудитория потребителей старше 50 лет – оставались вне поля зрения внимания крупных брендов на протяжении большей части второй половины XX века.

Постепенно это отношение стало меняться. Известные модные бренды стали больше обращать внимание на тех, кому за 60, и рассматривать этих людей как все более привлекательную аудиторию. Параллельно развивался альтернативный подход к выбору моделей. Сегодня все еще не очень часто, но можно увидеть модели за 60, 70 и даже 80 лет. А модели за 50 регулярно участвуют в показах Valentino, Simone Rocha, Balenciaga.

Что не менее важно, бренды осознали коммерческий потенциал в растущем количестве серебряных и стали относиться к этой аудитории как перспективному рынку для продажи товаров и услуг.

Долгое время управляющие объектами торговой недвижимости компании рассматривали зумеров как новую перспективную аудиторию, которая с годами будет становиться все более

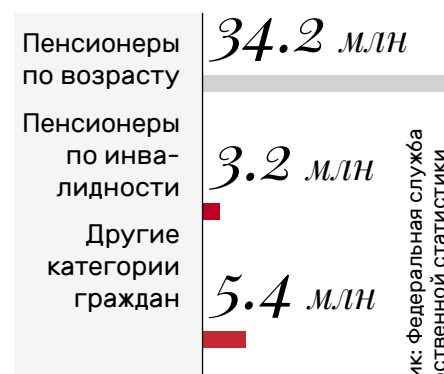
важной категорией покупателей. Постепенно большинство управляющих компаний научились работать с представителями поколения Z и начали смотреть в сторону других, еще не до конца охваченных групп потребителей.

Сильверы – как раз одна из таких групп. Она будет занимать все более значительную долю рынка благодаря предпосылкам, которые во многом связаны с меняющимися тенденциями и запросами в поведении пожилых.

Во-первых, с ростом уровня жизни увеличивается и ее продолжительность. А это значит, что в будущем серебряных будет еще больше. Например, по прогнозам, в России к 2030 году каждый четвертый житель будет старше 60 лет.

Во-вторых, со временем меняется поведение этой группы населения. Сегодня люди старшего возраста более активны, чем были 10–15 лет назад. Сильверы ведут активную социальную жизнь, осваивают новые хобби и технологии, ходят по заведениям и мероприятиям, открыты к новым возможностям проводить досуг. Более того, у серебряных больше свободного времени, и они предпочитают посвящать его заботе о себе и интересному времяпрепровождению. Все это и формирует их спрос на различные товары и услуги, в особенности в сегментах красоты, здоровья и спорта, и делает перспективной аудиторией для модных брендов, ретейлеров и объектов торговой недвижимости.

ПОЛУЧАТЕЛИ ПЕНСИИ В РОССИИ в 2023 году



24,1% жителей страны – это люди старшего возраста.

Источник: Федеральная служба государственной статистики



СОВЕРШАЛИ ЛИ ВЫ ПОКУПКИ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ ХОТЯ БЫ ОДИН РАЗ В 2023 ГОДУ?

(Закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)

	Все опрошенные	Мужской	Женский	18-24 года	25-34 года	35-44 года	45-59 лет	60 лет и старше
ДА	71	68	74	94	93	83	73	43
НЕТ	28	32	25	6	7	17	27	56
ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ	1	0	1	0	0	0	0	1

Источник: ВЦИОМ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТА В РАЗЛИЧНЫХ ЦЕЛЯХ

(в процентах от численности населения в возрасте 55 лет и старше, использующего интернет)

Поиск информации о товарах/услугах

57%

Звонки/ видеоразговоры через Интернет

46%

50%

Участие в социальных сетях

49%

Поиск информации, связанной со здоровьем

45%



Конечно, многим silverерам свойственно экономить и не тратить лишний раз сбережения. Но это лишь ставит перед модными брендами, ретейлерами и торговыми центрами задачу по разработке правильного подхода к работе с этой аудиторией, чтобы сформировать ее лояльность.

Сильверы с самого начала были одной из приоритетных групп посетителей в районных центрах «Место встречи». За время развития нашего проекта мы накопили большую экспертизу, которой хотим поделиться. Эти советы помогут объекту торговой недвижимости привлечь пожилых потребителей и с их помощью увеличить трафик.

РАЗВИВАЙТЕ ПРОГРАММЫ ДОСУГА

У пожилых людей больше свободного времени, которое они с удовольствием потратят в вашем торговом центре, если вы предложите им мероприятия для качественного проведения досуга. Что немаловажно, у них также есть

Кстати

Существует распространенное мнение, что представители старшего поколения не пользуются интернетом и социальными сетями. Это давно не так. Сильверы – активные пользователи социальных сетей. Используйте ваши страницы в социальных сетях, чтобы рассказывать о маркетинговых акциях, мероприятиях и программах лояльности.

сбережения, которые они готовы тратить в ТЦ. В наших районных центрах мы вместе с программой «Московское долголетие» проводим занятия для пожилых людей. Они могут принять участие в уроках по разным направлениям – от постижения азов информационных технологий до вязания на спицах и изучения китайского языка. Такие мероприятия помогают нам сформировать из сильверов дружное комьюнити вокруг наших районных центров. Мы имеем лояльную аудиторию людей старшего возраста, которые возвращаются к нам снова и снова, и их активное участие в наших занятиях и мероприятиях – хорошее тому подтверждение. На сегодняшний день в восьми районных центрах «Место встречи» открыто более 75 групп для занятий «Московского долголетия» по 24 направлениям. И их число продолжает расти.

СОЗДАВАЙТЕ «ЯКОРЯ»

Сегодня управляющие компании объектов торговой недвижимости в погоне за посетителями привлекают не только традиционных «якорных» арендаторов в лице ретейлеров, но и работают с новыми партнерами, у которых есть потенциал для того, чтобы стать «якорями» в скором времени. Один из них – фитнес-центры.

Они все чаще появляются в объектах торговой недвижимости. В наших районных центрах, например, работают клубы сети DDХ Fitness, которые являются одним из лидеров по трафикогенерации. Благодаря наличию фитнес-центров формируется устойчивый поток людей в будни. Ежедневно каждый клуб посещают в среднем 1500 посетителей. Определенная доля которых – это сильверы. Мы привыкли считать, что пожилые люди не слишком активно занимаются спортом. Это заблуждение, которое будет мешать развитию вашего бизнеса.



Не стоит забывать о сильверах и при развитии другого потенциального «якоря» – досуговых мероприятий для детей. Казалось бы, какая здесь может быть связь? Ответ на этот вопрос кроется в традиции воспитания в российских семьях, где в отличие от многих других стран бабушки и дедушки и сегодня тратят много времени на организацию досуга своих внуков. Не забывайте о том, что именно от сильверов часто зависит, придут ли на ваше мероприятие для детей их внуки и внучки.

Еще одна, уже более привычная для нас категория, у которой есть большой потенциал благодаря сильверам, – это бьюти-ретейлеры. Продажи уходовой косметики растут с каждым годом. Сегодня 76% россиян покупают средства для ухода за лицом. В среднем не менее пяти штук в год. И пожилые люди все чаще тратят деньги на уход за собой, что делает их более привлекательной аудиторией для продавцов косметики. Привлечение аудитории сильверов поможет вам в том числе сделать бизнес ваших арендаторов из этого сегмента рынка более устойчивым. **cRe**



Екатерина Ногай

руководитель департамента исследований и аналитики IBC Real Estate

Фото: Архив CRE

ВИТРИНЫ ЗАХВАТЫВАЮТ РЫНОК:

КАК РАЗВИВАЕТСЯ ПРОДУКТОВЫЙ РЕТЕЙЛ

Новый этап развития продуктового ретейла в России связан со стремительным ростом онлайн-сервисов по продаже продуктов питания. В последние годы потребительские привычки сильно изменились, в результате чего до-

ставка продуктов на дом стала частью повседневной жизни. Период пандемии оказался поворотным моментом, который повлек за собой активное развитие онлайн-форматов в целом и сегмента e-grocery в частности.

Развитию продуктового ретейла также способствует и высокая конкуренция на рынке. Свои ниши в сегменте e-grocery заняли как крупнейшие розничные продуктовые сети, так и развивающиеся онлайн-операторы.

Поскольку рынок Москвы и Санкт-Петербурга уже освоен, логистика выстроена и позволяет быстро и эффективно доставлять потребителю товары, сегодня большое внимание уделяется совершенствованию работы ретейлеров с точки зрения форматов доставки, ниш и временных интервалов, в которых они представлены. Вместе с тем происходит активный процесс региональной экспансии продуктового ретейла

Сегодня этот рынок постепенно становится все более сегментированным с точки зрения каналов продаж. Причем крупнейшие ретейлеры не ограничиваются одним каналом и развивают онлайн как через собственный интернет-магазин, так и через партнерские сервисы (витрины), комбинируя различные подходы.

На этом фоне роль витрин значительно усиливается за счет поддержки как со стороны спроса, так и со стороны предложения. Если с точки зрения потребителя витрина является уникальным каналом, который позволяет сравнить цены на одни и те же товары и условия доставки в различных сетях, то для самих ретейлеров витрины выступают партнером, способным обеспечить необходимую инфраструктуру для доставки заказов. Поскольку организация собственной логистики последней мили в регионах является дорогостоящей, витрины создают возможности для региональной экспансии продуктовых ретейлеров. Так, партнерские сервисы представляют собой много большее, чем просто витрину, причем глубина проникновения в логистику последней мили конкретного ретейлера различна.

Большая часть ретейлеров привлекает витрины только для доставки товаров до потребителя.

Ответственность за сборку заказа лежит на сотрудниках магазинов сети, откуда курьер партнерского сервиса забирает заказ. Чаще всего онлайн-направление данной категории ретейлеров работает на базе розничных магазинов, а инвестиционные вложения компаний в собственную логистику последней мили минимальны. Как правило, в этом случае витрина доставляет и заказы, сделанные на платформе, и оформленные в интернет-магазине ретейлера.

Для некоторых компаний витрины становятся ключевыми партнерами в организации логистики онлайн-сервиса на всех этапах. В таком случае партнерские сервисы выполняют полный цикл работ, от сборки заказа до его доставки до потребителя. Это удобный способ развития тех продуктовых ретейлеров, для которых такое сотрудничество становится более выгодным, нежели создание собственной логистики последней мили.

Так, например, «Ашан» и «СберМаркет» (с 1 июля 2024 года – «Купер») подписали соглашение о стратегическом партнерстве на семь лет еще в 2021 году, в рамках которого в 2022-м для усовершенствования системы доставки был открыт совместный даркстор. В 2024 году «Азбука вкуса» анонсировала планы по развитию собственных дарксторов, став первым партнером нового сервиса «Яндекс.Лавки» по продаже собственных технологий сетевым ретейлерам.



Несмотря на то что ретейлеры далеко не всегда афишируют свое сотрудничество с витринами, в действительности большинство из них не имеет собственной курьерской службы, что обусловлено высокими затратами и дефицитом рабочей силы.

На рынке продуктового ретейла есть и те игроки, которые представлены только в онлайн-формате. При этом ретейлеры открыты к расширению своих сетей и не ограничивают потребительские возможности исключительно заказами из приложения. Например, продукцию компании «Самокат» можно приобрести через «Купер». В «Самокате» также нашли нетривиальный способ увеличить географию своего присутствия, анонсировав в 2023 году запуск офлайн-магазинов – для начала в тех городах, где ретейлер еще не представлен.

Несмотря на столь стремительный рост онлайн, некоторые продуктовые сети продолжают развиваться только в рамках офлайн-формата. Как правило, это обусловлено спецификой ассортимента (алкогольные магазины, дискаунтеры) или географией присутствия (ретейлеры, осуществляющие работу только в границах отдельных федеральных округов).

Рынок продуктового онлайн-ретейла не сбавляет обороты и продолжает искать новые пути для своего развития. **cRe**

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ CRE LEAGUE



ADG GROUP ОТКРЫЛА ШЕСТЬ РАЙОННЫХ ЦЕНТРОВ

С июня 2024 года ADG Group ввела в эксплуатацию шесть новых объектов сети «Место встречи»: «Орион», «Прага», «Первомайский», «Солнцево», «Баку» и «Планета». Общая арендуемая площадь открытых в этом году районных центров составила 57 106 кв. м. Сегодня в шести новых районных центрах работают более 160 арендаторов.



NF GROUP И XCA ЗАКРЫЛИ СЕМЬ СДЕЛОК В LIGHT INDUSTRIAL



С начала 2024 года компании успешно заключили ряд сделок в Московском регионе. Общая площадь реализованных в аренду и продажу объектов составила около 13 850 кв. м. Напомним, NF Group выступает в качестве основного консультанта по транзакциям с объектами индустриальной недвижимости XCA.

По предварительным данным, к октябрю 2024 года общая площадь качественных объектов недвижимости формата light industrial в Московском регионе достигла 433 тыс. кв. м.



28 – НЕ ПРЕДЕЛ

IBC Real Estate – двукратный победитель CRE Awards 2024 в номинации «Сделка года. Купля-продажа». На московской премии компания была удостоена награды за портфельную сделку купли-продажи 14 ТРЦ МЕГА, а в федеральной получила Золотой кирпич за продажу портфеля 10 отелей Wenaas. Кроме того, в финал CRE Moscow Awards вышла сделка купли-продажи ТЦ «Метрополис», а в финал CRE Federal Awards – еще две сделки по продаже БЦ «Пулково Скай» и ТРЦ «Триумф Молл».

Таким образом, на сегодня IBC Real Estate является обладателем 28 золотых наград CRE.



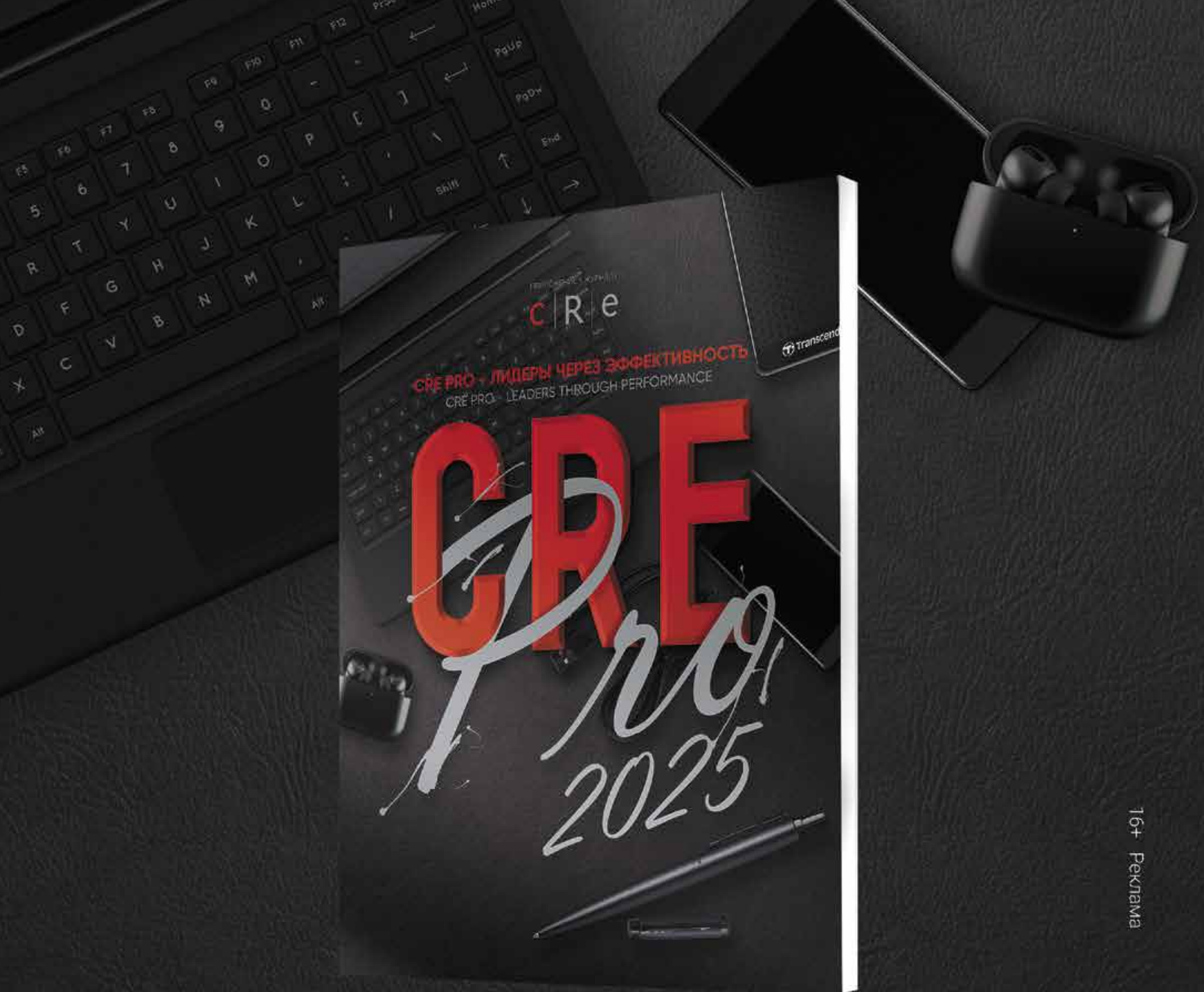
O1 PROPERTIES ПРЕДСТАВИЛ ОТЧЕТ ОБ УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ ЗА 2023 ГОД



Про бизнес. Для людей

Отчет крупнейшего собственника бизнес-центров класса А в Москве отражает комплексный подход O1 Properties к снижению негативного воздействия на окружающую среду, улучшению условий труда и поддержке сотрудников, повышению уровня корпоративного управления. Компания уверена, что прозрачность и отчетность перед стейкхолдерами – основа для укрепления доверия и устойчивой деятельности.





16+ Реклама

ОТКРОЙ ДЛЯ СЕБЯ ЛУЧШИХ!

СКОРО В РАСПРОСТРАНЕНИИ

ДЛЯ ПРИОБРЕТЕНИЯ ИЗДАНИЯ СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ ПО ТЕЛЕФОНУ:
+7 (499) 490-04-79

✱ МЕСТО ВСТРЕЧИ

