



## ПЕРЕГОВОРИМ НА КОНФЕРЕНЦИИ

По данным представителей управляющих компаний в Москве и Петербурге, переговорные комнаты и конференц-залы остаются одновременно наиболее востребованным и дефицитным сервисом в бизнес-центрах. При этом далеко не все девелоперы учитывают необходимость опции даже в проектируемых объектах.



Екатерина Реуцкая

«90% собственников, которые заявляли об организации общих переговорных и конференц-залов во время планирования и строительства бизнес-центров, впоследствии отказывались от этой идеи», — рассказывает Андрей Синявин, руководитель отдела консультаций Sawatzky Property Management. — Определенную роль в этом сыграла и стоимость оборудования для конференц-залов и переговорных, которое не дешево. Хотя с появлением плазменных панелей с встроенным выходом в интернет и с функцией Skype стоимость «начинки» начала заметно падать». Елена Колесникова, старший директор, департамента офисной недвижимости Cushman & Wakefield, соглашается: арендодатели не часто практикуют специа-

лизированные опции в новых офисных зданиях. «Думаю, это объясняется сложностью прогнозирования денежных потоков от краткосрочной аренды в случае, если арендодатель предлагает такую аренду напрямую, от собственника, — уверена г-жа Колесникова. — С точки зрения аренды оператором, их выбор ограничен и также направлен скорее на аренду рабочих мест, чем конференц-залов. Иногда бывают варианты, когда арендодатель, если он сам управляет зданием, готов сдавать арендаторам собственные конференц-залы, но это тоже не является основной рыночной практикой».

По оценкам Константина Лосюкова, директора департамента офисной недвижимости компании Knight Frank, хотя переговорные комнаты и конференц-зал остается бесспорным преимуществом для БЦ, наличие таких помещений в здании все еще не является обязательным требованием рынка. Мария Онучина, директор департамента управления объектами NAI Besar (Москва), поддерживает: «Арендаторы готовы воспринимать все это как дополнительный бонус, но значительно повышать ставку за присутствие переговорной или конференц-зала не будут». К тому же,

по мнению игроков, такие опции — всегда сложный выбор для собственника, если приходится выбирать между конференц-зоной и площадями под ритейл (если это первый этаж) либо между конференц-зоной и офисными площадями (если это этажи, начиная со второго). «Что касается влияния на выбор того или иного БЦ у арендаторов, здесь все, конечно, зависит от пула, — считает Павел Якимчук, руководитель направления внутренней отделки помещений CBRE. — Но, судя по опыту, действительно, мало кто придает столь серьезное значение этим опциям, скорее, их наличие может рассматриваться как дополнительное преимущество». Пока же основными «потребителями» переговорного сервиса в России остаются компании, работающие в сфере услуг. «Грамотно организованная переговорная и конференц-зал им просто необходимы — бизнес-центры с такими решениями имеют у определенного сегмента арендаторов огромный спрос», — уверена Елена Земцова, управляющий партнер компании «Дельта Эстейт».

### ОПЕРАТИВНО И ПО-ДЕЛОВУМУ

По словам Елены Глазуновой, ведущего менеджера по работе с арендаторами Colliers International FM, современные переговорные комнаты условно можно разделить на оперативные и деловые. Первые, как правило, небольшие (от 5 до 10 кв. м), вмещают не более трех-четырех человек и служат для пользования сотрудниками самой компании (например, проведения первичных собеседований и небольших внутренних совещаний). Деловые же переговорные обычно располагаются в клиентской зоне, вблизи кабинетов руководства компании или в VIP-зоне. Однако и здесь можно провести некое разделение переговорных комнат по их целевой аудитории и, как следствие, оснащению. «Пример таких деловых переговорных я встречала в одной из передовых страховых компаний, чей офис располагается в бизнес-центре класса А в центре Москвы: вблизи приемной президента компании располагаются переговорные комнаты на 12–15 участников, с дорогой отделкой в классическом стиле, с качественной мебелью, беспроводными проекторами, экранами, — рассказывает Елена Глазунова. — Эти помещения изолированы от той части офиса, где располагаются кабинеты сотрудников компании (чтобы избежать лишних шумов). Как правило, в таких переговорных используется для отделки и дизайна дорогое дерево, ткани и кожаная обивка мебели, присутствует мини-бар или небольшая барная стойка. Помимо соответствующей технической «начинки» (телефонии, демонстрационного аудио- и видеоборудования, интегрированного в систему «умный офис»), используются разного рода аксессуары: дорогие настенные часы, бизнес-аксессуары высокого качества на столе переговоров, полки или несколько шкафов секций, в которых можно разместить награды компании. Специалисты рекомендуют оставлять как можно больше пространства между собеседниками в переговорных высокого уровня, а также использовать овальные столы — для визуального равенства участников встречи и создания дружелюбной атмосферы».

Стоит сделать оговорку, что если в компании нет выделенной VIP-зоны, то переговорные, предназначенные для гостей высокого уровня, должны обладать хорошей шумоизоляцией. Как правило, перегородки таких переговорных выполнены из двойного стекла, внутри могут быть жалюзи или пленка на внешнем остеклении перегородок. Передовые технологии западных компаний,

занимающихся офисной мебелью, перегородками и оснащением, предлагают использовать специальные стеклянные двери, при закрытии которых к полу прилегает специальный автоматический звукоизолирующий металлический порожек, обеспечивающий наилучшую звукоизоляцию, а также специальные стеклянные перегородки с двойным стеклом, обладающие звукоизоляцией минимум 43 дБ. При создании таких перегородок используются инновационные технологии: акустические, антирезонансные стекла и двойной контур уплотнения». А Елене Просветовой, руководителю аналитического центра GVA Sawyer, особенно запомнились переговорные комнаты в петербургском офисе «Яндекса», каждая из которых ассоциируется с достопримечательностью города (Смольный, Фонтанка, Зимний, Пять углов).

Отдельная тема — переговорные трансформеры, позволяющие с помощью глухих секций или перегородок зонировать пространство, что является актуальным при обсуждении несколькими участниками

### ★ Опыт компании



Мария Сергиенко, директор департамента коммерческой недвижимости Capital Group

— Конференц-залы и переговорные крайне востребованы в бизнес-центрах, поскольку далеко не все арендаторы имеют аналогичные площади в рамках своих офисов. Потребность же в наличии такой инфраструктуры появляется регулярно. Наличие этого сервиса в здании позволяет использовать арендуемые площади наиболее эффективно и сделать проект более привлекательным с финансовой точки зрения. Мы часто получаем пожелания о наличии таких сервисов в наших зданиях, но, к сожалению, не могли ответить на этот запрос арендаторов. Однако в нашем новом проекте «Око» в ММДЦ «Москва-Сити» под аналогичные сервисы отведено целых два этажа. Один из этажей будет оборудован под переговорные комнаты и мини-кинотеатр на 45 человек, который также может использоваться арендаторами для проведения презентаций. Этажом выше будет расположен конференц-зал на 800 человек, он может трансформироваться в три независимых зала. Конференц-зал может использоваться под мероприятия различного характера (корпоративные мероприятия, фуршеты и проч.), благодаря непосредственной связи с кухней. Казалось бы, «Москва-Сити» насыщена инфраструктурными проектами, но нам удалось найти тот сервис, спрос на который высок и сможет выгодно оттенить наш проект среди остальных башен. Отмечу, что с каждым годом начинка таких сервисов меняется, и с каждым годом она становится все технологичнее и технологичнее. Это не дешевое удовольствие, и предела совершенству в мультимедийном оснащении просто нет.



★ Опыт компании



Евгений Овчинников, заместитель управляющего RD Management Services

– Рынок офисной недвижимости переживает рост по-настоящему качественных объектов, что неизбежно ведет к высокой конкуренции между бизнес-центрами за арендаторов. Все большее количество девелоперов понимает, что офисный сегмент постепенно насыщается качественными проектами, и наличие только одной, еще вчера успешно действовавшей формулы для успеха проекта «location, location, location», сегодня

не работает. По этой причине каждый новый объект, который хочет успешно выйти на рынок, должен иметь все инфраструктурные элементы, которые могли бы отвечать наиболее важным запросам участников бизнес-процесса. Конечно, собственники могут считать, что куда выгоднее вместо многофункциональных переговорных комнат и конференц-зала сдать эти площади под офисные помещения, но это только на первый взгляд. Хотя бы потому, что переговорные комнаты и конференц-зал могут приносить не только скрытый доход путем увеличения базовой арендной ставки, но и сами быть объектами для сдачи в аренду. Причем не только для их первостепенных целей, указанных выше, но и для проведения event-мероприятий, тренингов и тимбилдингов, которые набирают все большую популярность среди крупных компаний. В моей практике, например, была сдача в аренду конференц-зала для съемок нескольких эпизодов фильма и видеоклипа.

То, что наличие переговорных комнат и оборудованного конференц-зала может существенно повысить возможность успеха проекта среди потенциальных арендаторов, – аксиома. Количество конференц-залов по сравнению с кризисными 2008–2009 годами в БЦ существенно увеличилось. Причем не только в центре Москвы, но и в проектах, расположенных около и даже за пределами МКАД. В настоящее время арендаторы имеют широкий выбор качественных площадок. Основными характеристиками, влияющими на спрос конференц-залов, по-прежнему являются размер зала (как следствие количество вмещаемых человек), локация площадки (удаленность объекта от метро и наличие других удобных транспортных возможностей, в том числе парковки), близость к гостиницам, возможность работы в выходные и праздничные дни, использование во внерабочее время (позднее вечернее и ночное время, выходные и праздничные дни), возможность использования свето- и звукоусилительного оборудования, наличие синхронного перевода, возможность качественного кейтерингового обслуживания (идеальный вариант – возможность выбора из нескольких операторов), возможность предоставления вспомогательного оборудования (трибуны, микрофоны, проекторы, экраны, мониторы и т. д.). Это основные требования арендаторов к конференц-залам (как российских компаний, так и зарубежных представителей). Также в связи с развитием информационных технологий современный оборудованный конференц-зал уже сложно представить без бесплатного высокоскоростного соединения Wi-Fi. Важными составляющими являются и наличие гардеробной, и возможность организации welcome-зоны (для регистрации гостей).

одного проекта разных тем в рамках одного совещания. Здесь кресла расставляются плотнее, нежели в представительских переговорных, но не ближе, чем на расстоянии 70 см друг от друга. Столы также трансформируются и позволяют создавать так называемое умное пространство или несколько рабочих зон. По мнению игроков, особую роль в переговорных играет освещение, которое все чаще монтируется с возможностью акцентирования на рабочих зонах, месте проведения презентаций. Впрочем, с переговорными-трансформерами нужно быть особенно осторожными. «У нас на одном из объектов было несколько проектов, где переговорные были спроектированы таким образом, что одно общее пространство оснащено перегородками, – рассказывает Валерий Строганов, заместитель генерального директора по управлению содержанием объектов недвижимости, УК «Маторин». – Из-за высокой слышимости было не совсем комфортно проводить переговоры. В итоге мы принимали дополнительные меры по шумоизоляции, усовершенствовали эти самые перегородки и потолочное пространство». Впрочем, по словам Павла Якимчука, основными требованиями рынка по-прежнему остаются именно мобильность и трансформируемость: чем лучше помещение «умеет» подстраиваться под разных арендаторов, тем более оно востребовано. Елена Земцова обращает внимание на возможную популярность близ конференц-зала или переговорной комнаты в БЦ класса А ресторана, кофейни или банкетного зала. «Арендаторы оценят эти опции: им не нужно будет дополнительно искать площадь для проведения мероприятий компании», – считает г-жа Земцова.

Некоторые игроки вообще ставят под сомнение необходимость переговорных комнат в некоторых БЦ. «Аренда в Москве очень дорогая, и когда арендатор рассматривает необходимость организации таких комнат в новых помещениях, необходимо серьезно обдумать их количество и загруженность, – считает Елена Колесникова. – Да, арендаторы часто жалуются, что переговорных и конференц-комнат не хватает. При этом в основном такими помещениями пользуются или отдельные сотрудники для конфиденциальных телефонных разговоров (ведь в основном у нас делается упор на open space), или небольшие группы от двух до четырех человек – налицо неэффективное использование пространства. Существует высокая потребность как раз в маленьких комнатах, из оборудования там необходимо иметь лишь телефон и возможность подключения ПК (если в офисе нет Wi-Fi). Кроме того, действительно удобно, когда комнаты могут быть гибко переконфигурированы под большие или маленькие группы. Особенно это важно арендаторам, которые часто устраивают крупные презентации и тренинги. Для таких форматов необходимо иметь набор мобильной и, возможно, складной мебели».

Александр Аргунов, директор PR-проектов BPS, уверен, что выбор того или иного оборудования для переговорной или конференц-комнаты зависит прежде всего от назначения помещения. «Но есть и общие, стандартные для подобных зон требования, – рассказывает г-н Аргунов. – В первую очередь речь идет о технике для проведения телефонных конференций с возможностью записи разговора. Эта опция дает возможность не только общаться, но и прослушивать, анализировать прошедшую встречу. Что касается презентационного оборудования, тут используется целый набор инструментов: выдвигаемые экраны, большие мониторы, в последнее время в моду вошли интерактивные доски – более современное решение. Активно применяются беспроводные технологии, позволяющие транслировать изображение на экраны

телевизора или монитора. Информационные технологии очень быстро развиваются. Из новинок можно отметить видеоконференции, которые реагируют на голос и автоматически переключают сигнал на говорящего человека».

По оценкам представителей рынка, видеоконференции сегодня вообще одна из важнейших функций переговорной зоны. Чаще всего видеосвязь востребована крупными компаниями, располагающими удаленными офисами. «К сожалению, далеко не все системы, несмотря на использование стандартных протоколов связи, совместимы друг с другом, – уточняет Александр Аргунов. – Более того, проблемы возникают даже в случае, если контрагенты используют оборудование одного производителя. С подобной сложностью мы столкнулись на одном из наших проектов. Совет один: использовать только те технические системы (в том числе одного производителя), которые подходят по так называемой таблице совместимости. Кроме того, сегодня появляются «облачные» технологии, позволяющие организовывать видеоконференции, вообще не привязываясь к определенному производителю. Речь идет о мобильных приложениях, которые устанавливаются на компьютеры, расположенные в переговорной комнате. Таким образом, вы можете общаться с неограниченным количеством клиентов, обладающих таким же программным обеспечением».

ЗАЛЫ БЕЗ КОНФЕРЕНЦИЙ

По оценкам игроков, разница между переговорной комнатой и конференц-залом в классах А и В сегодня слишком велика. И если в зданиях класса А конференц-залы и переговорные комнаты изначально предусмотрены проектом, то, как правило, в зданиях класса В происходит переоборудование помещений. Реновацию же в этом сегменте проводить довольно сложно: часто в бывшие «технические помещения» собственник хочет установить самое современное мультимедийное оборудование, но зачастую это просто невозможно. Мария Онучина перечисляет восемь непереносимых пожеланий арендаторов для конференц-сервисов: отсутствие дневного света или возможность полного затемнения, полностью кондиционированное помещение, доступные источники энергии (электричества) во всех частях зала, встроенное аудио-оборудование, широкополосное соединение (Интернет), изоляция от внешнего шума, освещение яркостью минимум 400 люкс, кафедра, доски (для информации) вверх и проекторы.

Впрочем, по оценкам опрошенных, пожелания к конференц-залам изменяются скорее в зависимости от формата конкретного мероприятия. «В основном это количество участников, потому что этот параметр позволяет или не позволяет использовать конференц-зал в принципе, – делится Валерий Строганов. – И если у нас ограниченное количество мест (пожелание тех же арендаторов), нужно «подгонять» инженерные системы, чтобы не было избыточного воздухообмена. Особенно необходимо это в случае, если в конференциях используется дополнительное оборудование. Например, когда заказываются на стороне услуги компании, которая специализируется на проведении такого рода мероприятий, то предоставляется светотехника, тепловыделяющее оборудование – на все это должны работать уже имеющиеся инженерные системы. И если раньше предусматривалось помещение с постоянным пребыванием людей без возможности проветривания из расчета 60 куб. м/час свежего воздуха на человека, то сейчас американские стандарты говорят о норме как

минимум в два раза больше, эти параметры закладываются уже при проектировании инженерных систем в БЦ».

Отдельная тема – сдача таких опций в аренду клиентам «с улицы». «Подавляющее большинство конференц-площадей в бизнес-центрах предназначено для нужд арендаторов объекта, – считает Елена Просветова. – Сторонние мероприятия здесь, как правило, не проводятся. Площадь конференц-залов в бизнес-центрах Москвы, доступная для открытого рынка, составляет всего около 8% рынка конференц-площадей Москвы». Андрей Синявин поддерживает: спрос на пользование сторонними переговорными если и существует, то собственники и консультанты ввиду отсутствия понимания доходности не слишком обращают на него внимание. «Собственнику проще просто сдать в аренду помещения, которые при проектировании планировались как общие, это для него понятнее», – считает г-н Синявин. Впрочем, случаи, когда собственники организовывали переговорные комнаты и конференц-залы не столько для улучшения условий или увеличения популярности БЦ, сколько для получения прибыли со стороны, на рынке не редкость.

По мнению Александра Чебанова, начальника отдела по управлению коммерческой недвижимостью УК «Маторин», для небольших бизнес-центров класса В, В+ площадью до 15 тыс. кв. м такой подход априори утопичен. «Большую часть времени это помещение будет пустовать, что будет нервировать арендодателя», – уверен г-н Чебанов. До 50% стоимости проекта конференц-зала в БЦ класса А могут составлять расходы на оборудование. «Несколько лет назад посчастливилось сотрудничать с компанией Polycot, ведущим мировым производителем оборудования для конференц-комнат, – вспоминает Елена Колесникова. – Решения, предлагаемые ими, не только инновационны и высокотехнологичны, но и очень красивы. К сожалению, оборудование конференц-залов по полной программе очень дорого, его стоимость может доходить до \$1 млн, поэтому такие комплексные решения у нас пока применяются нечасто». По словам Александра Аргунова, для крупных многофункциональных конференц-залов в принципе нет и не может быть стандартного проекта: «В одном из наших зданий предусмотрен большой конгресс-холл, где будет применяться комплекс решений». PFM