



ALIAS
GROUP

ВЫХОД ЗАСТРОЙЩИКА ЗА ПРЕДЕЛЫ ДОМАШНЕГО РЕГИОНА: ПРЕИМУЩЕСТВА И ВЫЗОВЫ

СПИКЕР:
Виктория Костикова

директор департамента развития
инвестиционного холдинга Alias Group

alias-group.ru

2024



О КОМПАНИИ

Alias Group — инвестиционный холдинг, который объединяет активы в нескольких секторах экономики. Сегодня компания динамично развивается, используя собственный и привлеченный капиталы, масштабирует бизнес на территории РФ и выходит за ее пределы.

70 млрд руб.

БЮДЖЕТ ПОРТФЕЛЯ АКТИВОВ

100 млрд руб.

БЮДЖЕТ ПРОЕКТОВ В РАЗРАБОТКЕ

11

НАПРАВЛЕНИЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

7

ГОРОДОВ ПРИСУТСТВИЯ

1,5 тыс.

КОЛИЧЕСТВО СОТРУДНИКОВ



НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Alias Group инвестирует в ключевые отрасли экономики России. В настоящий момент холдинг управляет предприятиями, работающими в направлениях:





ДЕВЕЛОПМЕНТ

Ключевой проект направления «Девелопмент» инвестиционного холдинга Alias Group – федеральный девелопер «Неометрия». Компания входит в рейтинг крупнейших строительных компаний России, включена в список системообразующих предприятий экономики Краснодарского края. Города присутствия: Краснодар, Сочи, Новороссийск, Геленджик, Ростов-на-Дону, Москва.

13

ЛЕТ
НА РЫНКЕ

1 млн м²

ПОСТРОЕНО

38

ОБЪЕКТОВ
СДАНЫ В СРОК

1,5 млн м²

НА ЗАПУСКЕ

30 тыс

СЕМЕЙ
ЖИВУТ В НАШИХ ДОМАХ

1,5 млн м²

В РЕАЛИЗАЦИИ

ВИКТОРИЯ КОСТИКОВА

Директор департамента развития инвестиционного холдинга
Alias Group

17 лет

ОПЫТ В МАРКЕТИНГЕ
И ПРОДАЖАХ

17 лет

НА РЫНКЕ
НЕДВИЖИМОСТИ

10 лет

РАБОТЫ В ОДНОЙ
КОМПАНИИ





ПОЧЕМУ ДЕВЕЛОПЕРЫ СМОТРЯТ НОВЫЕ РЕГИОНЫ

1

Рост бизнеса быстрее роста рынка домашнего региона

3

Новые драйверы развития в других регионах (развитие инфраструктурных объектов, появление знаковых проектов, появление господдержки в новом регионе и т.д.)

2

Изменение конъюнктуры домашнего рынка: дефицит площадок, высокая конкуренция, падение цен и спроса, ужесточение градостроительной политики

4

Улучшение конъюнктуры рынка рассматриваемого региона (цена, спрос, рост населения, рост доходов)



ЦЕЛИ ВЫХОДА ДЕВЕЛОПЕРА В НОВЫЙ РЕГИОН

1

Рост бизнеса:
капитализация,
выручка, прибыль

2

Сохранение бизнеса:
поддержание постоян-
ного уровня выручки и
прибыли

3

Распределение рисков:
ухудшение рыночной
конъюнктуры в одном
регионе не влияет на
общую работу бизнеса

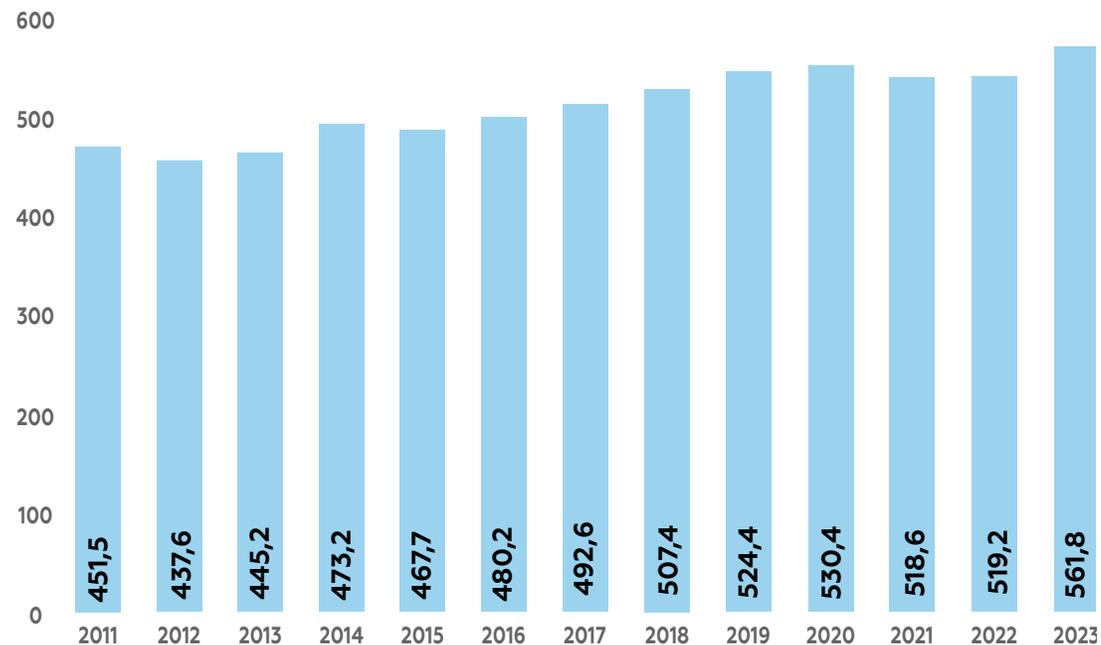


ВАЖНЫЕ ШАГИ ПРИ РАССМОТРЕНИИ НОВОГО РЕГИОНА

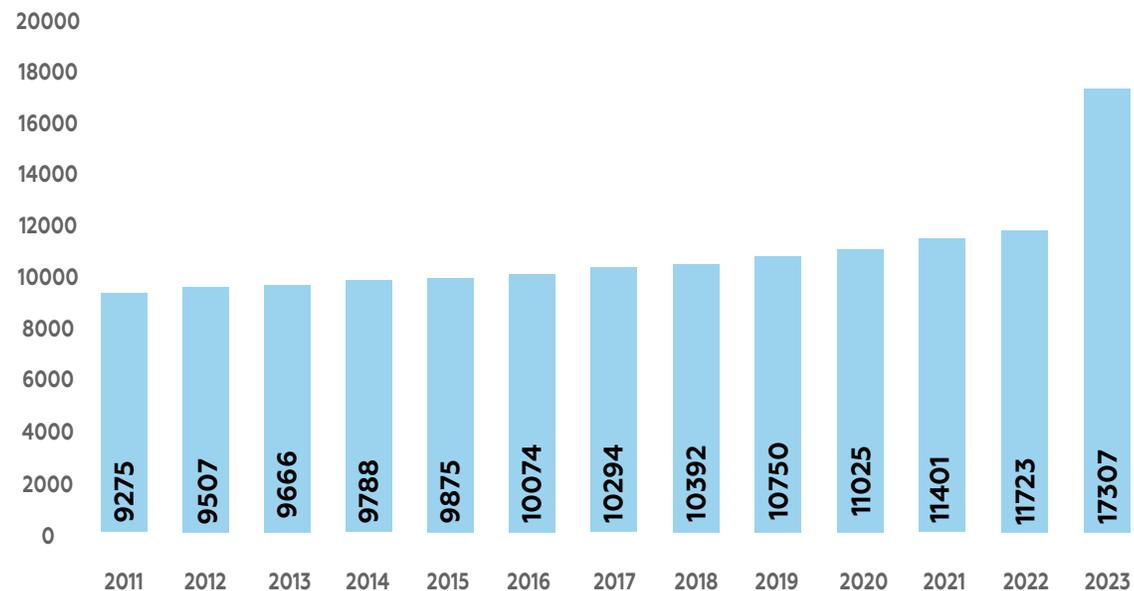
1. Изучение макростатистики региона: динамики по населению, объема жилья в регионе, доходов населения, ипотеки и т.д.
2. Изучение рынка: спроса, предложения, цены, объемов строительства, особенностей строительства в регионе
3. Определение локаций, сегмента, целевого продукта проекта с учетом стратегии компании
4. Поиск конкретных участков и их **best-use** анализ
5. Создание и проверка гипотезы о продукте, прототипа продукта, тестовой продажи
6. Формирование стратегии проекта: продукт, целевая аудитория, цена, сроки реализации проекта

ИЗУЧЕНИЕ МАКРОСТАТИСТИКИ РЕГИОНА

Численность постоянного населения Сочи,
тыс. чел.



Общий объем жилищного фонда Сочи, тыс. м²

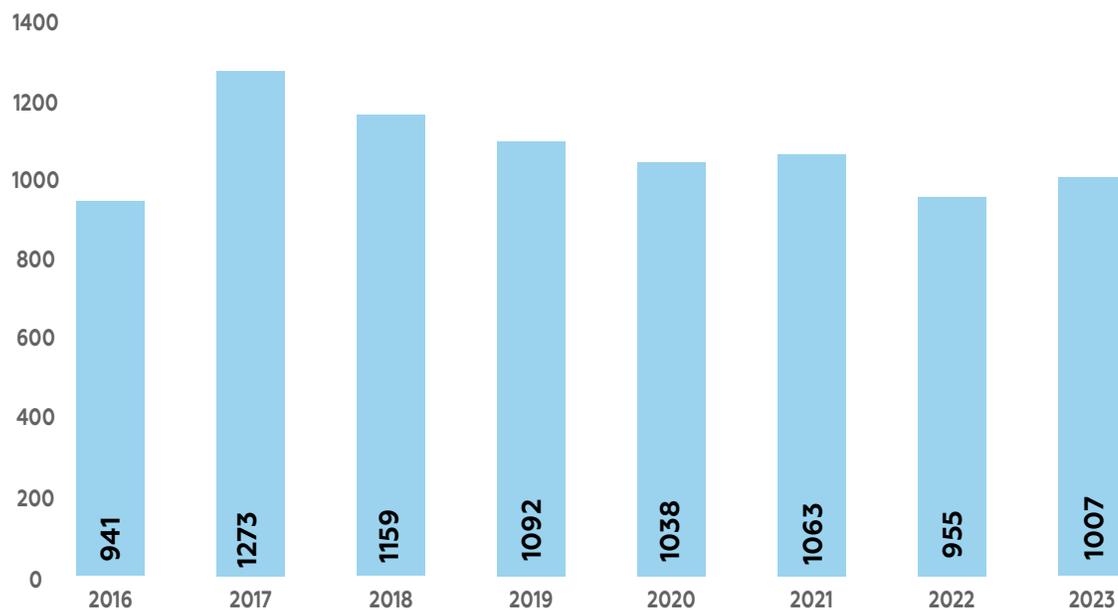


* *Источник:* статистика консалтинговой компании MASON

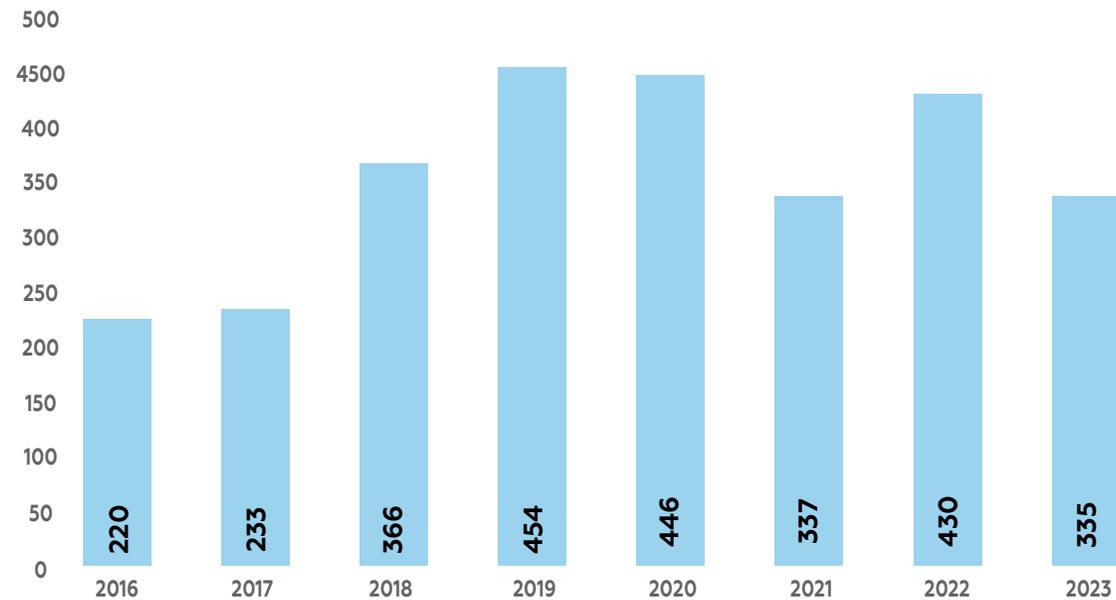


ИЗУЧЕНИЕ МАКРОСТАТИСТИКИ РЕГИОНА

Динамика общего объема возводимого МЖС в Сочи, тыс. м²



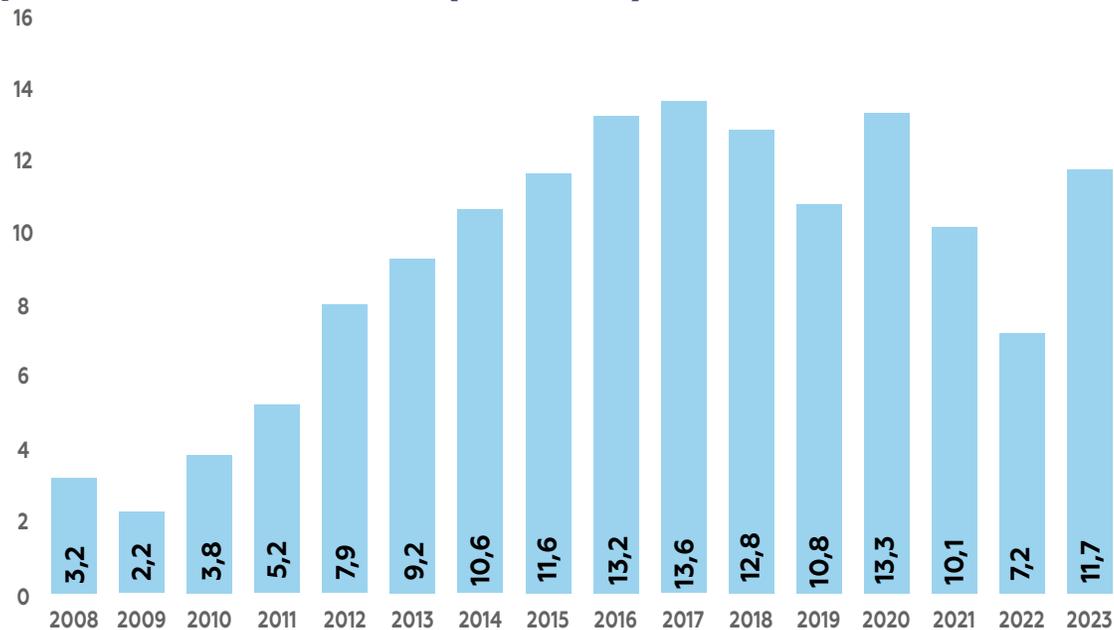
Динамика объема ввода МЖК (квартиры/апартаменты) в Сочи, тыс. м²



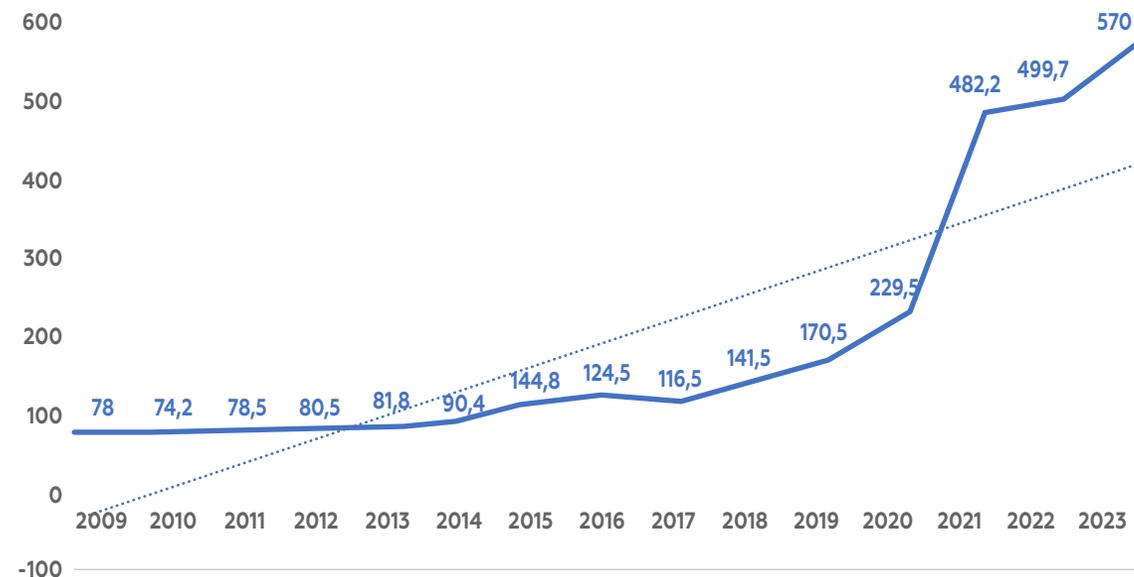
* *Источник:* статистика консалтинговой компании MASON

ОБЪЕМ СПРОСА

Динамика общего кол-ва сделок на первичном рынке МЖС в Сочи (тыс. ед.)



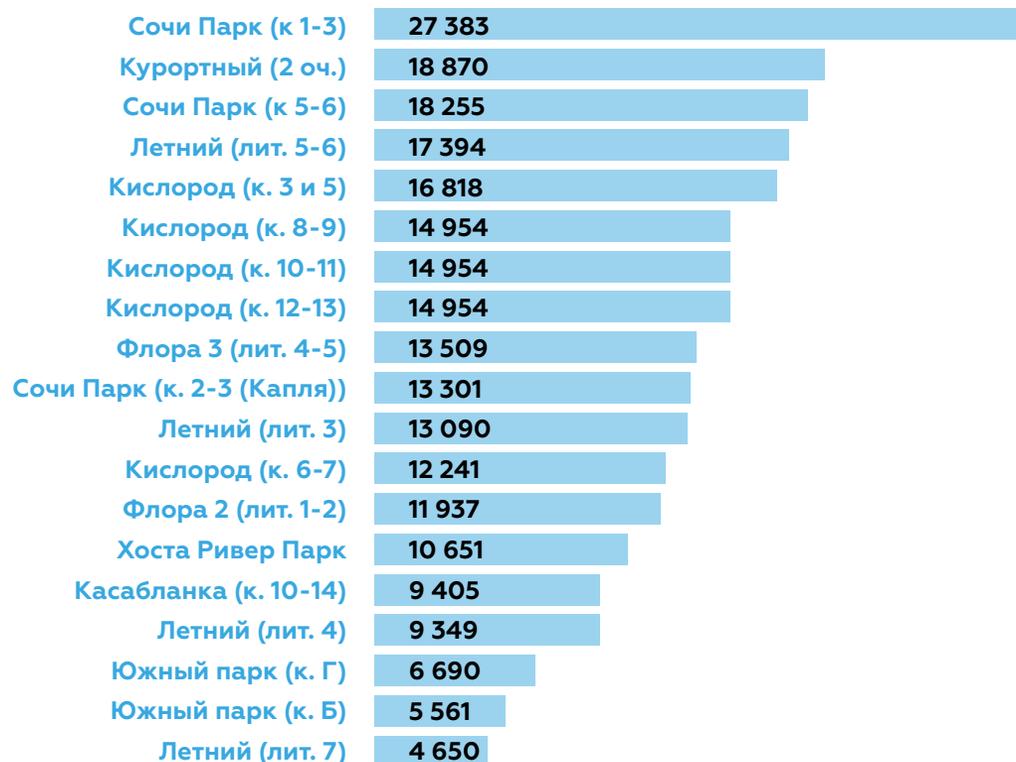
Динамика средневзвешенной стоимости 1 м² (взвешена на объём остатков) на первичном рынке МЖС Сочи, тыс. руб. (на конец периода)



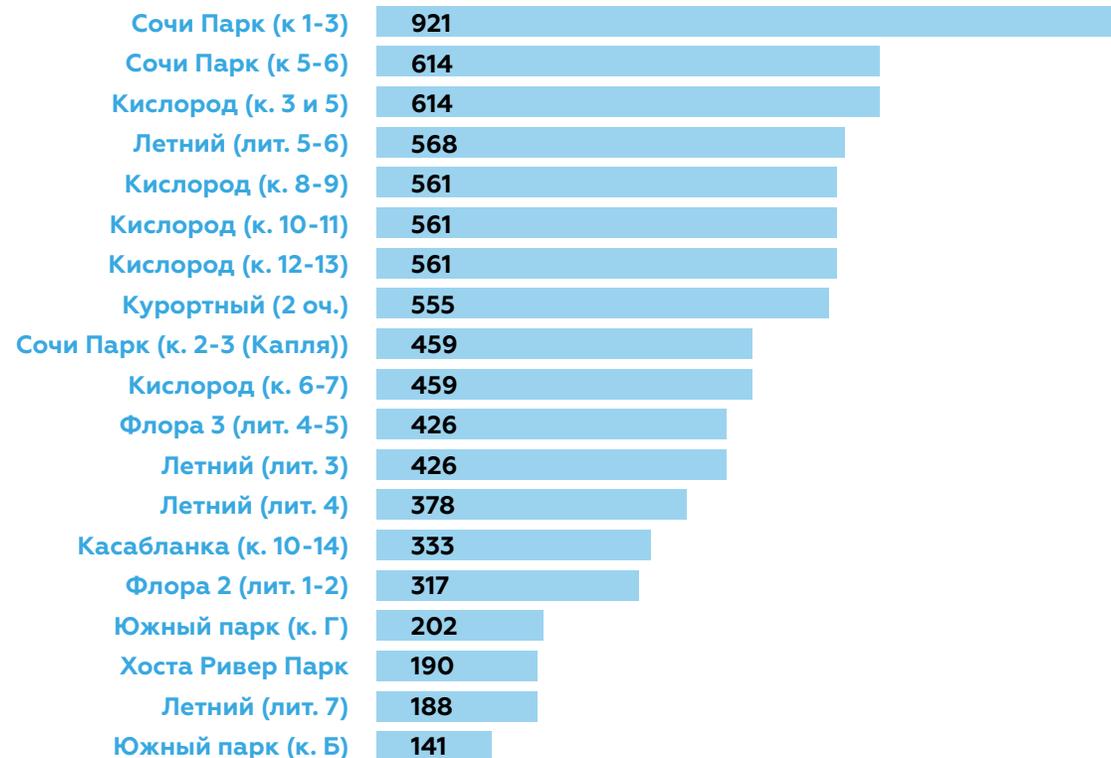


ОБЪЁМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПЕРВИЧНОГО РЫНКА

Объёмы по ТЭП, всего 253 965 м²



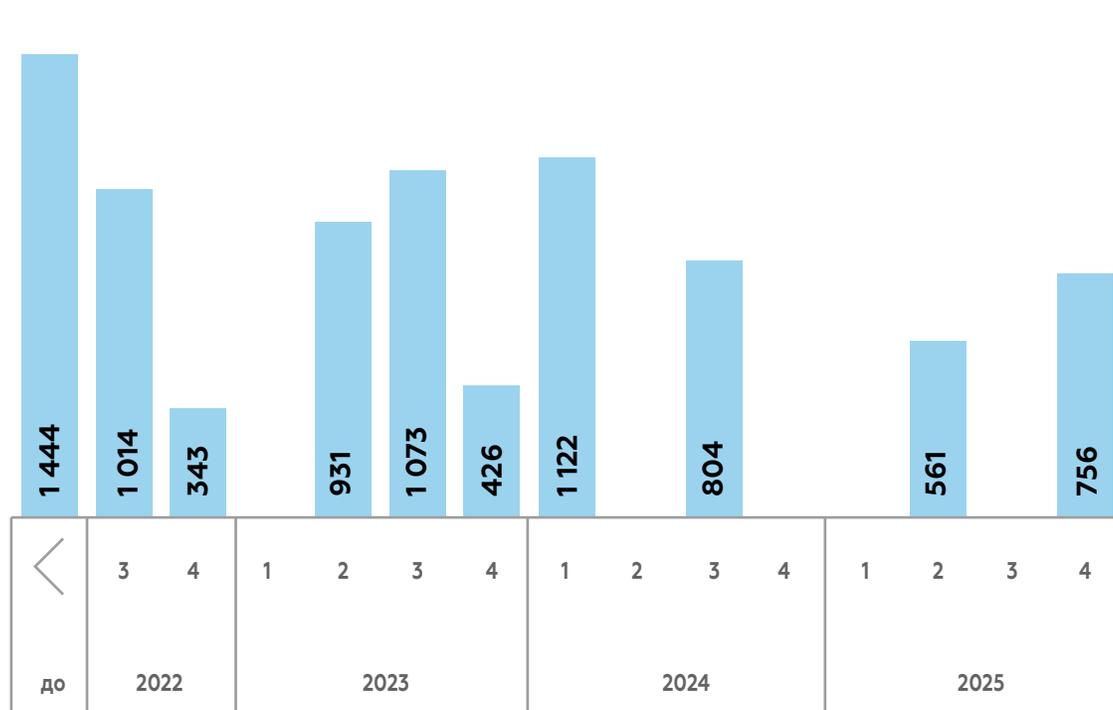
Объёмы по ТЭП, всего 8 474 шт. лотов



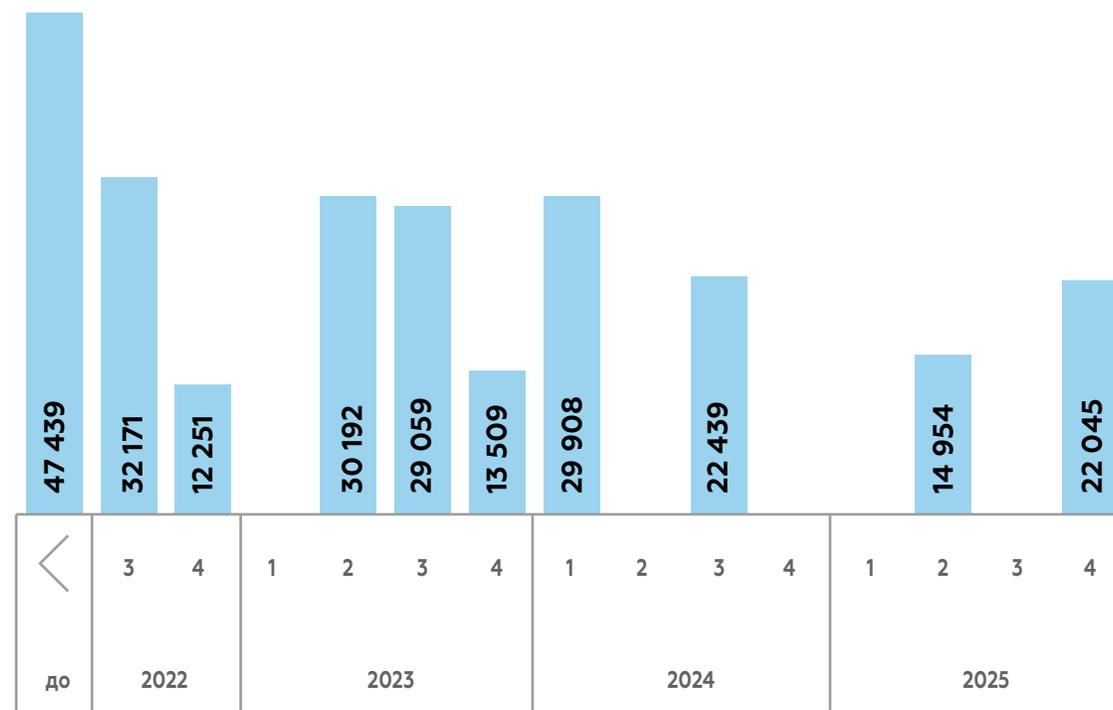


ОБЪЁМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПЕРВИЧНОГО РЫНКА

Сроки ввода в эксплуатацию (шт. лотов)



Сроки ввода в эксплуатацию (м²)



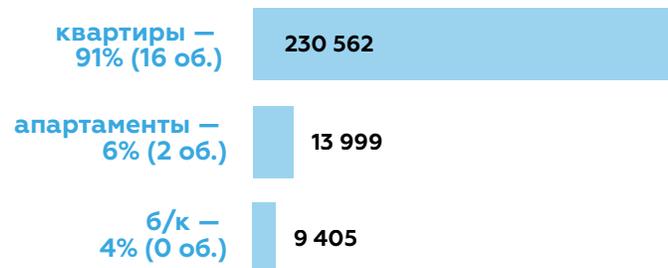


КЛАССЫ, ФОРМАТЫ И ТЕХНОЛОГИЯ ПРЕДЛАГАЕМЫХ ОБЪЕКТОВ ПЕРВИЧНОГО РЫНКА

Классы (м² по ТЭП)



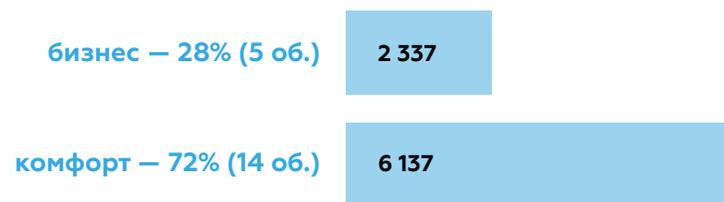
Форматы (м² по ТЭП)



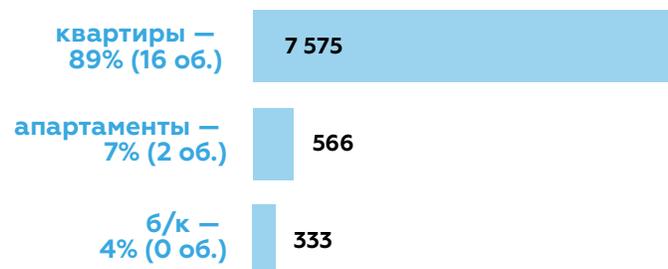
Технология лотов (шт. лотов по ТЭП)



Классы (шт. лотов по ТЭП)



Форматы (шт. лотов по ТЭП)



Отделка (шт. лотов по ТЭП)





СРЕДНИЕ ЦЕНЫ В ПРЕДЛАГАЕМЫХ ОБЪЕКТАХ ПЕРВИЧНОГО РЫНКА

Средние цены в проектах девелоперов в Сочи (тыс. руб./м²)

Кислород (к. 6-7)	438
Кислород (к. 8-9)	432
Южный парк (к. Г)	418
Южный парк (к. Б)	418
Сочи Парк (к 5-6)	405
Сочи Парк (к 1-3)	403
Касабланка (к. 10-14)	395
Кислород (к. 12-13)	393
Кислород (к. 10-11)	393
Кислород (к. 3 и 5)	379

Сочи Парк (к. 2-3 (Капля))	376
Флора 2 (лит. 1-2)	340
Летний (лит. 3)	328
Флора 3 (лит. 4-5)	325
Курортный (2 оч.)	313
Летний (лит. 5-6)	307
Летний (лит. 4)	295
Летний (лит. 7)	287
Хоста Ривер Парк	281



ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФОРМАТА ОБЪЕКТА

Ключевые факторы, определяющие границы рынка и формат предполагаемого объекта недвижимости:

- Общеорганизационная стратегия* ФД «Неометрия»
- Текущие рыночные тенденции, прогнозы развития рынка и конкуренция в локальном окружении
- Характеристики участка и его локального окружения

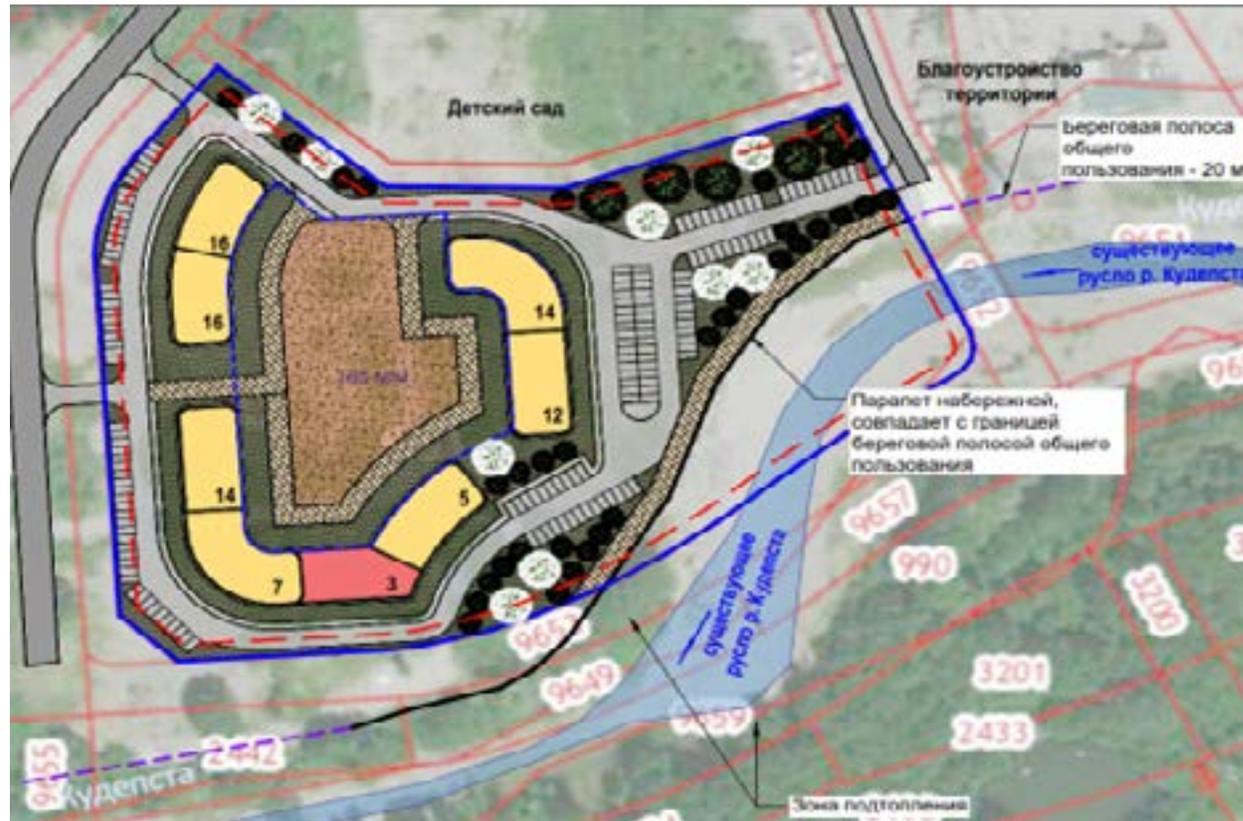
Пример задания по продукту для первичной оценки:

Статус/Сегмент	Жилой комплекс
Класс	комфорт
Клиент	<ul style="list-style-type: none">• постоянное проживание• временное проживание• инвестиции
Продукция	<ul style="list-style-type: none">• квартиры• черновая отделка• в среднем ~ 40 м²
Технология строительства	<ul style="list-style-type: none">• монолит• подземный паркинг
Инфраструктура	озеленение и придомовые площадки
Конкуренты и заменители	объекты аналоги комфорт- и бизнес-классов

* Стратегия предполагает развитие проектов в сегменте многоэтажного жилищного строительства (МЖС) в черте городской застройки и районах ближайших пригородов. География проектов, входящих в сферу интересов компании, перечислена в критериях первичного отбора строительных площадок

ВАЖНЫЕ АСПЕКТЫ ПРИ ОЦЕНКЕ ПРОЕКТА

1. Градостроительная политика региона
2. Техничко-экономические показатели
3. Технические факторы: геология, сети, рельеф и т.д.
4. Географические факторы: близость природных объектов, климат
5. Структура финансирования: банковские индикативы, гос. программы, партнерские схемы и т.д.





ФАКТОРЫ И РИСКИ ПРИ ОЦЕНКЕ ПРОЕКТА

РЫНОЧНЫЕ ФАКТОРЫ ПРОЕКТА:

- конкуренция
- цены
- продуктовые ниши
- потенциал рынка

РИСКИ:

Ищем минусы в рамках каждого фактора и оцениваем влияние на планируемый проект



СЦЕНАРНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ

Сочи	Ед. изм.	Показатели
Формат основного продукта	-	квартиры
Класс	-	комфорт
ТЭП		
Площадь участка	га	3,02
Плотность застройки	тыс. м ² /га	14,4
Этажность	эт.	3-16
Суммарная поэтажная площадь (СПП, ГНС), в т.ч.:	м ²	43 354
Продаваемая площадь (NSA):	м ²	30 348
Темп продаж основного продукта	ед./мес.	18
Срок проекта	лет	4,6
УДЕЛЬНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ:		
Цены осн. продукта (старт- средние- ввод)	тыс. руб./м ²	265- 302- 331
Чистая прибыль к выручке (без % м ²)	%	13%

Сочи	Ед. изм.	Показатели
ОБЩИЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ:		
Доходы (gross)	млн руб.	+9 698
Затраты (полные):	млн руб.	-8 434
- Земля	млн руб.	-3 291
- Основные затраты	млн руб.	-3 467
- Проценты	млн руб.	-439
- Налоги	млн руб.	-1 237
Чистая прибыль проекта	млн руб.	1 264
Чистая прибыль к выручке (без % м ²)	%	13%



ВЫЗОВЫ И ПРЕПЯТСТВИЯ

Особенности градостроительной политики региона:

- Москва – ВРИ
- Краснодарский край – строительство только по КРТ
- Побережье – 500 м зона от моря – гостиницы, санатории

Особенности рынка:

- Высокий барьер входа на рынок
- Выдача РНС ограничена

Особенности продукта в регионе:

- Дубай – обязательно наличие бассейна, фитнеса и детской комнаты в доме
- Санкт-Петербург – обязательное наличие балконов
- Турция – большая гостиная, маленькие комнаты и кухни
- Расположение проекта в городе в соответствии с классом продукта

Особенности строительства в регионе:

- Рельеф, сейсмичность, подтопления и пр.
- Логистика и доступность материалов
- Наличие кадров на месте



РЕКОМЕНДАЦИИ ПРИ РАССМОТРЕНИИ НОВОГО РЕГИОНА

- Сделать аналитическое исследование рынка
- Посетить командой новый целевой регион (строители, архитекторы, юристы, аналитики, коммерсанты и т.д.)
- Посетить конкурентов, площадки, агентства недвижимости, представителей органов власти. Чем больше точек соприкосновения — тем выше эффект
- Работа с местными органами самоуправления
- Взаимодействие с банками. Ориентиры по экономике индикативы по финансированию и земельные активы
- Рассмотреть вариант партнерства с местными компаниями

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



KOSTIKOVA@ALIAS-GROUP.RU
ALIAS-GROUP.RU