

# До свиданья, наш милый инвестор

АВТОР:  
*Альберт Акопян*

В ОЛИМПИЙСКОМ СОЧИ ВСЕ СПОКОЙНО. В ТОМ СМЫСЛЕ, ЧТО ВСЕ ИДЕТ СВОИМ ЧЕРЕДОМ: ЭЙФОРΙΑ, РАЗГИЛЬДЯЙСТВО, ВОРОВСТВО, ПОСАДКИ И РАЗРЕЗАНИЕ КРАСНОЙ ЛЕНТОЧКИ ПОД АРОМАТИЗАТОРЫ, ЗАГЛУШАЮЩИЕ ЗАПАХ ВЧЕРАШНЕЙ СТРОЙКИ. ТЕМ НЕ МЕНЕЕ МЫ ЗНАЕМ, ЧТО ВСЕ БУДЕТ ПОСТРОЕНО, ИГРЫ ПРОЙДУТ НА ВЫСШЕМ УРОВНЕ И ЗАКРОЮТСЯ 23 ФЕВРАЛЯ 2014 ГОДА. ВОПРОС В ТОМ, ЧТО БУДЕТ С ОЛИМПИЙСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРОЙ ПОТОМ?

Один очень пожилой немец рассказывал, как в 1960-х впервые поехал в отпуск на юга. Не в Европу: отношение к немцам там было прохладным, а по совету своего работника к нему на родину – в Турцию. В маленький городок Анталию. По центру города тогда прогоняли отары овец, а в лучшем ресторане его чуть не отравили несвежей рыбой. Он все же рискнул вернуться через несколько лет и был поражен тому, как изменился город и менталитет его жителей. Автору не очень удобно обсуждать менталитет жителей Сочи, но двух попыток с разницей 25 лет ему не хватило, чтобы понять этот город.

Режиссер Юрий Грымов написал в своем блоге накануне открытия последнего сочинского кинофестиваля: «Ни у кого не возникнет мысли поднять цены на бигмак в период «Оскара», а в Сочи окрошка из кефира в период «Кинотавра» будет стоить как суп из черпахи. Ничего личного – бизнес». Впрочем, это общероссийский стиль, отягощенный нашими курортными традициями.

Сегодня город выворачивают наизнанку, ломают через колено, появляются города в городе, сочинцы жалуются, что превратились в гостей. Признаюсь, это радует. Вдруг действительно что-то изменится?

Есть и другой, не менее важный вопрос – избыточность олимпийского строительства. Вспомним обзор консалтинговой компании Jones Lang LaSalle Hotels «Рынок Сочи: эволюция или революция», сделанный в конце 2011 года, но все еще пугающе актуальный. Из него следует, что обеспечить рентабельный уровень заполняемости строящихся сочинских гостиниц после окончания Олимпиады реально только в том случае, если увеличить число постояльцев с нынешних 0,9-1 до 3,2 млн человек, то есть более чем в три раза.

Старший вице-президент компании Марина Смирнова воздержалась от прямых рекомендаций, но намекнула на пути решения неизбежной в будущем проблемы: «В такие города, как Канны или Ницца, мало кто едет просто для походов на пляж. Здесь развит событийный туризм, шоппинг-туры, гастрономические туры по стране, в том числе винные». Чтобы Сочи не сдулся, нужно превратить его в некий гигантский, но престижный рынок и конвейер фестивалей, биеннале, триеннале, quadriennale и т. п. И делать это надо было несколько лет назад. А кроме третьеразрядного кинофестиваля, конкурса КВН и слета, кажется, баянистов-аккордеонистов в Сочи ничего не вспоминается.

Так что вопросы экспертам ДН достались не из легких. Успеем ли что-то сделать, чтобы заполнить Сочи после февраля 2014-го? Каковы будут советы тем, кто присматривается к Сочи и хотел бы понять, как его ожидания стыкуются с ценовой стратегией девелоперов? Ввернули и хитрый вопрос: собираются ли девелоперы оставить построенные объекты за собой или стоит ждать новостей о выгодной сделке купли-продажи?

Главные сомнения относительно заполняемости Сочи после Олимпиады развеял генеральный директор «ГОСТ Отель Менеджмент» Сергей Колесников: «Озвученные данные

Введенный в апреле мораторий на новое строительство спровоцирует небольшой ажиотаж на качественные объекты. Курортную недвижимость Сочи следует рассматривать как вложения в долгосрочной перспективе



Большинство регионов дотационные, а Сочи любит деньги: постоянными вливаниями из бюджета эту любовь никак не укротить. Так что, бюджет Игр закрыт не будет? Олимпийский Сочи навсегда?

о 0,9-1 млн постояльцев не совсем понятная цифра. В Сочи мы имеем в виду 5 млн приезжающих, а в планах значится 10 млн. Но главное не количество, а продолжительность и цель пребывания человека, которая в свою очередь связана с номенклатурой мероприятий, их статусом, временем проведения, степенью заинтересованности аудитории в мероприятиях. Говоря об увеличении потока, следует хорошо понимать, кто клиент в Сочи сейчас и кто будет после Олимпиады».

Иначе говоря, люди-то едут, но  $\frac{4}{5}$  – дикарями. Для них построенных гостиниц действительно много. Задача в том, чтобы поехали те, кто останавливается в гостиницах. И тогда гостиниц, построенных к Олимпиаде, будет даже не хватать.

Как этого добиться? В Сочи проблемы и с MICE-индустрией (meetings (встречи), incentives (поощрительные поездки), conferences (конференции), exhibitions (выставки) – один из секторов делового туризма). «Уже сейчас ясно, что одной MICE-индустрией вопрос заполняемости решить вряд ли получится, количество конференц-залов и бизнес-зон в настоящий момент выше реального спроса», – признает эксперт.

Директор по стратегическому развитию девелоперской компании «Сити-XXI век» Юрий Печников считает, что острейшая борьба городов за право проводить Олимпиаду связана с тем, что праздник спорта способствовал их популярности среди туристов и инвесторов: «Это давало толчок росту бизнеса в регионе. И частные инвесторы буквально вставали в очередь за новыми проектами и расширением уже существующих. Но станет ли Сочи новой точкой роста, однозначно ответить никому не под силу».



# Новая высотка Москвы от застройщика



ИПОТЕКА

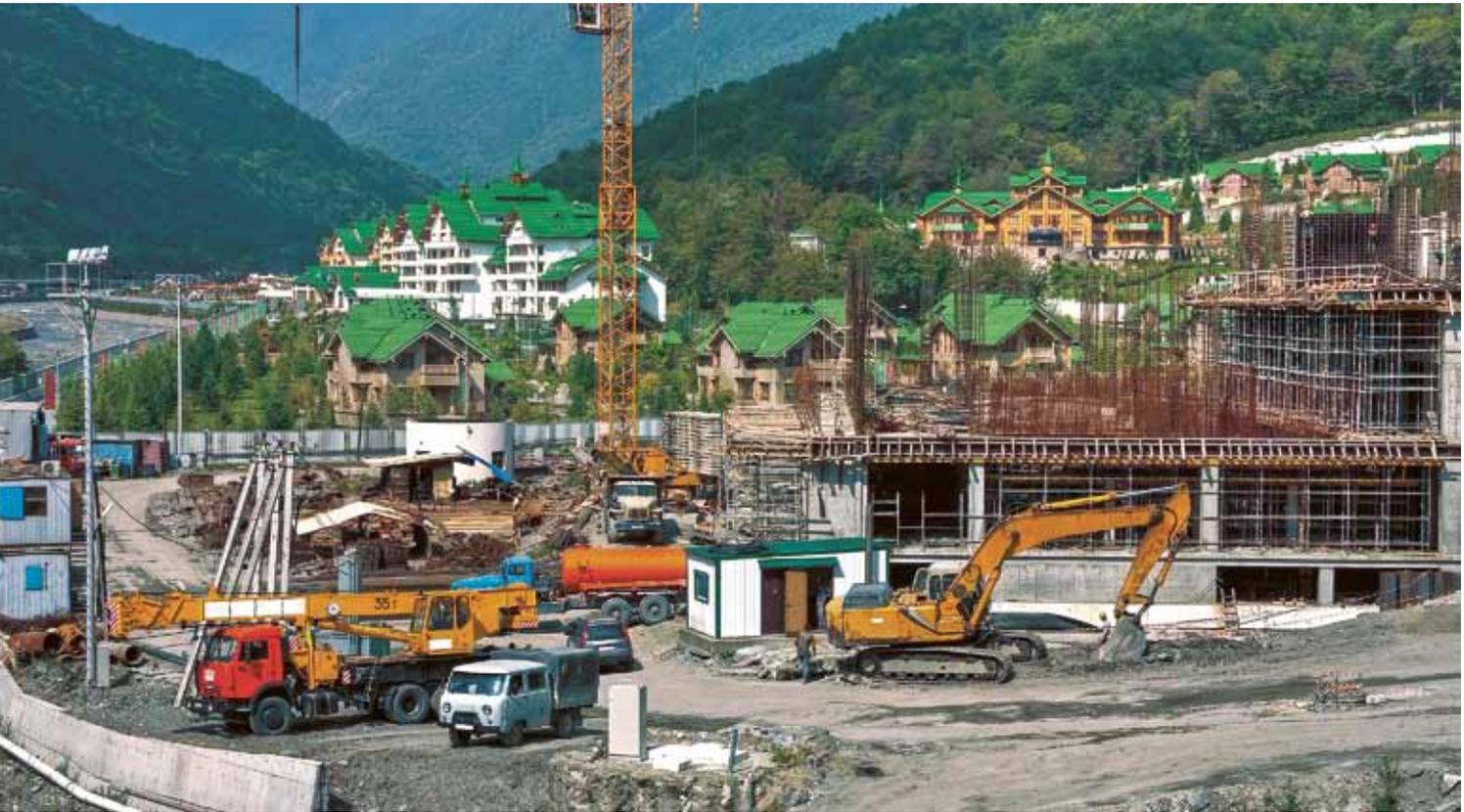
Заселение | Собственность | Низкие цены



+7(495) 258 92 62

+7(495) 601 57 50

[www.dokon.biz](http://www.dokon.biz)



Директор по маркетингу компании MR Group Евгения Старкова обращает внимание на то, что сама география родной страны создает для Сочи особые предпочтения: «Россия по большей части – северная страна, и развитие отечественных курортов является одним из приоритетов федеральных властей». Действительно, в любой стране свои курорты, поскольку есть люди, по разным причинам предпочитающие или вынужденные отдыхать на родине. Увы, закономерности не всегда срабатывают линейно.

А руководитель службы продаж жилой недвижимости «Галс-Девелопмент» Игорь Быченко уверен, что проблему вряд ли удастся решить только мероприятиями, привлекающими туристов, – требуются комплексные решения. Эксперт подробно останавливается на одном из них: перепрофилировании и демонтаже избыточных объектов. «Существует технология, позволяющая возводить отели, которые потом легко разбираются и транспортируются в другое место. Разумеется, это касается гостиниц низкой ценовой категории, – говорит Игорь Быченко. – Так, почти все спортивные объекты, построенные к Олимпиаде в Лондоне, являлись временными конструкциями. Какие-то здания были уменьшены в размерах

*Сочи выворачивают наизнанку, ломают через колено, сочинцы жалуются, что превратились в гостей. Это радует: вдруг действительно что-то изменится?*

или полностью демонтированы. А сочинский медиацентр после завершения Игр перепрофилируют в торговый центр».

Тем не менее Сергей Колесников отстаивает свою точку зрения, и главный аргумент выглядит завораживающе. Это кластеры – города в городе, растущие вокруг спортивных блоков. Первый блок – «Роза Хутор» с большим количеством отелей и апартаментов, здесь пройдет большинство соревнований основных олимпийских дисциплин. Второй блок – «Горки-Город», где будут проводиться прыжки с трамплина, в нем тоже запланирован большой объем размещений. Третий блок – «Лаура» – это объекты Газпрома, тут находится отель «Гранд Отель Поляна».

«На сегодня все объекты развивают внутреннюю инфраструктуру: многочисленные конференц-залы, торговые площади.

«Далеко не один регион, а вся страна участвовала в подготовке Олимпиады. В рамках поддержки молодежной политики РФ каждый субъект должен отправлять свои группы молодежи в Сочи»



Например, «Гранд Отель Поляна» строит огромный культурный центр, киноконцертный зал на 3,5 тыс. человек, – говорит Сергей Колесников. – Надо прорабатывать событийный календарь. Основной поток состоит и будет состоять из наших граждан, поэтому необходимо создать хорошие качественные востребованные продукты без четкой привязки к сезону».

Еще один механизм, который в принципе реально включить хоть на следующий день после завершения Игр, – социальная нагрузка. «Далеко не один регион, а вся страна участвовала в подготовке Олимпиады, – напоминает Сергей Колесников. – В рамках поддержки молодежной политики РФ каждый субъект должен отправлять свои группы молодежи в Сочи. Это очень серьезный социальный проект Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ. Социальная составляющая будет



сильнее коммерческой. Самый важный первый шаг при комплексном развитии олимпийского наследия – увеличение доли государственного регулирования».

Что ж, ничего особого в этом предложении нет. Провинции, департаменты, федеральные земли, штаты и даже графства и коммуны отправляют детей и подростков отдыхать по стране и миру. Вот и в правительстве РФ говорят о том, что в Сочи желательно проводить спортивные сборы разного уровня. Речь идет не о новых мероприятиях, а о перенаправлении в Сочи сборов, которые сегодня проводятся по всей стране, не только в европейской, но, видимо, и в азиатской части. Правда, есть характерные для России реалии. Большинство регионов дотационные, а Сочи любит деньги: постоянными вливаниями из бюджета эту любовь никак не укротить. Так что, бюджет Игр закрыт не будет? Олимпийский Сочи навсегда?

«Мир имеет определенную степень развития, календарь культурных событий Сочи в одночасье не сможет конкурировать с такими событиями, как кинофестиваль в Каннах, Венеции, Берлине, но это не страшно, – обнадеживает Сергей Колесников. – Мы придем к международному признанию, но до этого

Чтобы Сочи не сдулся, нужно превратить его в некий гигантский, но престижный рынок и конвейер фестивалей, биеннале, триеннале, квадриеннале и т. п. И делать это надо было несколько лет назад

должны развиваться внутри своих ресурсов – это логично и эффективно».

Верят ли девелоперы в прибыльность своих объектов? Готовы ли поклясться именем? Отдаем им должное, они ответили честно.

«Недостаточно иметь только высокоразвитую спортивную инфраструктуру, чтобы оживить город-курорт, сделать его всесезонной туристической здравницей, – уверен Юрий Печников. – Кроме доступности предложения современному туристу нужна еще и уникальность, комфорт, безопасность и, главное, сервис. Реально ли сейчас составить портрет потенциального клиента, просчитать уровень его дохода и предпочтения, если этот портрет трудно даже представить себе? На чем строить ценовую стратегию? Ее же нельзя просто нарисовать, хотя и такое бывает, но длится не слиш-



«Покупатели оценивают перспективу дальнейшего развития города, который во время Олимпиады приобретет статус мирового значения, и рассматривают Сочи как своеобразную альтернативу дальней даче»

ком долго и понятно к чему приводит. Поэтому в настоящее время сложно говорить о последующем управлении построенных объектов».

Что касается жилой недвижимости (включая апартаменты), то Евгения Старкова обращает внимание на введенный в апреле этого года мораторий на новое строительство. Эксперт полагает, что это спровоцирует небольшой ажиотаж на наиболее качественные объекты. Сегодня курортную недвижимость Сочи следует рассматривать как вложения в долгосрочной перспективе. Если цель приобретения – арендный бизнес, то разумно рассматривать верхние ценовые сегменты, поскольку в городе востребованы наиболее качественные проекты с необходимой для комфортного проживания инфраструктурой.

«Проведенные нами опросы свидетельствуют, что для покупателей квартир в нашем комплексе с апартаментами премиум-класса

«Актер Гэлакси» проведение Олимпиады в Сочи не является приоритетным фактором. Они оценивают перспективу дальнейшего развития города, который во время Олимпиады приобретет статус мирового значения, и рассматривают Сочи как своеобразную альтернативу дальней даче», – добавляет Евгения Старкова. И отвечает на тот самый вопрос с подвохом: «Наш первый сочинский проект – ЖК «Королевский парк» – управляется компанией MR Service, в проекте «Актер Гэлакси» мы ведем переговоры об управлении гостиничным оператором».

«Для покупателей недвижимости сейчас достаточно удачное время для покупки недвижимости: большая часть объектов уже находится на финальных стадиях строительства и будет сдана в срок», – советует Игорь Быченко. Компания «Галс-Девелопмент» уходит из Сочи тоже не собирается: «Продажа курортного комплекса «Камелия», строящегося на берегу Черного моря, пока в наши планы не входила.

*«Для покупателей недвижимости сейчас достаточно удачное время: большая часть объектов уже находится на финальных стадиях строительства»*

На сегодня мы успешно реализуем апартаменты, за I квартал продано 20% общего числа лотов. Это связано как с высокой степенью готовности объекта (уже начались отделочные работы), так и с приближением Олимпиады и введенным мораторием на строительство. Управлять объектом класса люкс будет крупный международный оператор Swissotel Hotels & Resorts».

«Проект «Айвазовский» (гостиничный комплекс на 196 номеров и комплекс апартаментов на 1089 номеров) построен и будет функционировать как отель, – завершает тему Сергей Колесников. – Дополнительный плюс – рядом с нашей гостиницей расположен Radisson Congress Center. В целом инфраструктура Имеретинской низменности благополучно развивается, наличие ледовых арен позволяет говорить о будущих чемпионатах по фигурному катанию и керлингу. Мы будем работать в конкурентной среде и бороться за своего клиента. Для этого мы привлекли современный менеджмент, людей с опытом и сформировали сильную команду». (АН)



## Квартиры у «большой воды» в новом районе «Левобережный»

Выбирая квартиру в ближнем Подмосковье, важно, чтобы дорога до центра не отнимала много времени, в шаговой доступности был хороший детский сад и школа, а также различные магазины и сервисные службы. Жилой микрорайон «Левобережный», расположенный в черте города Химки на Совхозной улице, всего в 10 мин езды до станций метро «Речной вокзал» и «Планерная», как раз и есть пример такого удачного сочетания. Территория района с одной стороны примыкает к левому берегу канала им. Москвы, а с другой – окружена лесопарковой зоной.

Несмотря на развитую инфраструктуру города Химки, «Левобережный» в ближайшем будущем станет самостоятельным районом полноценной комплексной застройки со всеми необходимыми

бытовыми и социальными объектами: два детских сада, две средние общеобразовательные и одна школа начальных классов, поликлиника, несколько торговых, деловых и развлекательных центров. Паркинги и гаражи в специально отведенных местах позволят освободить дворы для их благоустройства и оборудования детскими площадками и зонами отдыха.

Все квартиры отличаются современной планировкой с просторными комнатами и оснащены современной системой отопления, позволяющей хозяевам выбирать оптимальную температуру для каждой комнаты. Усовершенствованные счетчики воды, медная электропроводка и другие технические и технологические новинки прослужат долгие годы и обеспечат надежность и простоту эксплуатации дома.



Тел.: +7 (495) 500-00-20  
[www.pik.ru](http://www.pik.ru)  
Москва, м. «Баррикадная»,  
ул. Баррикадная, 19, стр. 1

**Цена: от застройщика**