бизнесмен принял летом этого года. Начаться оно должно весной 2009 года, и не более чем за два года гостиница с фондом в 750 номеров планирует открыть свои двери для постояльцев. По предварительным расчетам, средняя цена номера «манхэттенского» отеля будет на 20–30% выше, чем в «Аквариуме», что позволит окупить инвестиции в проект за те же шесть-семь лет. Впрочем, строительство «Аквариума» и отеля в «Манхэттене» лишь своеобразная разминка перед осуществлением самого амбициозного гостиничного проекта Араса Агаларова, который расположится на территории торгово-развлекательного центра класса «люкс» Crocus City Riviera площадью 225 тыс. кв. м.

Президент «Крокус групп» решил возвести его в лучших традициях Лас-Вегаса. Во-первых, Riviera будет представлять собой 30-этажную пристройку в венецианском стиле, фасады которой будут напоминать о различных архитектурных сооружениях мира. Так, один из них чем-то неуловимо похож на знаменитое Казино в Монте-Карло, а крыло, в котором разместится гостиница, по форме напоминает «скалу» гостиницы «Украина». Во-вторых, сходства с Лас-Вегасом комплексу Riviera добавляет искусственная река длиной 250 м, которая будет опоясывать комплекс по периметру — подобные «украшательства» весьма популярны в игровой столице мира.

Что касается непосредственно отеля, то Арас Агаларов надеется сделать его ни много ни мало одной из самых дорогих и фешенебельных гостиниц Москвы, не уступающей по уровню сервиса таким грандам отельного бизнеса, как «Националь» или «Балчуг». Согласно предварительному проекту, отель общей площадью 49 тыс. кв. м вместит в себя 613 номеров трех ценовых уровней. Дороже всего гостям столицы обойдется проживание в одном из 12 апартаментов площадью от 217 до 436 кв. м, которые расположатся на 25-м, 26-м и 27-м этажах Crocus City Riviera. Немного дешевле будут стоить 222 пятизвездных номера, расположенных с 16-го по 24-й этаж. Наконец, на 7–15-м этажах разместятся 379 номеров уровня «четыре звезды». Кто будет управлять главным отельным детищем Араса Агаларова, пока неизвестно, однако поговаривают о сотрудничестве с УК Kempinski AG.

Инвестиции в строительство гостиницы составят $430 млн. «Думаю, мы окупим этот проект за 10–11 лет,— полагает Арас Агаларов.— Инвестировать на подобный срок не боюсь: мой бизнес в России уже прошел и огонь, и воду, и медные трубы, и на рынке „Крокус групп“ чувствует себя очень уверенно». Уверен предприниматель и в отношении перспектив заполняемости комплекса. «В Riviera гостиничное пространство будет гармонично дополняться площадями для бизнеса и развлечений,— говорит господин Агаларов.— Торговые площади займут около 40 тыс. кв. м, рестораны и бары — 7,5 тыс. кв. м, СПА-комплекс — 12,8 тыс. кв. м. И это уже не говоря о восьмизальном кинотеатре на 421 место. Так что, думаю, с заполняемостью у нас проблем не будет». А вот с чем проблемы у предпринимателя есть, так это со сроками реализации проекта. По словам Араса Агаларова, из-за разразившегося в России кризиса ликвидности сроки строительства Crocus City Riviera придется серьезно сдвинуть, в результате чего комплекс начнет работу не раньше 2012–2013 годов.

Через три-четыре года «Крокус групп» прирастет без малого 111 тыс. кв. м гостиничных площадей (общая вместимость — 1613 номеров), на что потребуется не менее $630 млн. Оправданны ли подобные инвестиции, особенно на фоне поразившего сегодня российский и мировой финансовые рынки кризиса ликвидности? Сам Арас Агаларов в этом не сомневается. «С кризисом, безусловно, надо считаться,— говорит предприниматель.— Не удивлюсь, если наша выручка снизится на 30–40%. Однако, например, после 1998 года ситуация была намного хуже: из-за кризиса на нас „повис“ долг в $46–47 млн, а в активе было лишь несколько магазинов да товарные запасы. Тогда мы не просто выжили, но и заложили тот фундамент, на котором вырос „Крокус“». По словам Араса Агаларова, сегодня финансовая ситуация в группе гораздо лучше, большинство зданий «Крокуса» не находится в залоге, что в нужный момент всегда поможет получить деньги под реализацию новых проектов. ■

МНЕНИЕ КОНКУРЕНТОВ И ЭКСПЕРТОВ

Вадим Прасов,
ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ ФЕДЕРАЦИИ РЕСТОРАТОРОВ И ОТЕЛЬЕРОВ:

— К плюсам проекта следует отнести наличие стабильного потока гостей. Необходимо также отметить, что зачастую в «Крокусе» параллельно проходит сразу несколько выставок, так что потенциальных гостей всегда много. Отели разного сегмента позволят удовлетворить потребности разнообразной аудитории. При этом гостями могут быть не только участники и посетители выставок, но и гостевой поток расположенных рядом и планирующихся к постройке бизнес-центров, а также зданий правительства Московской области.

Наличие в непосредственной близости станции метро, подведение в скором времени шести полос от Новорижского шоссе, открытие разворота под МКАД, а также само расположение объекта делает его интересным не только для участников выставок, но и для транзитных пассажиров. Одновременно можно отметить, что развитие столь большого количества номеров (1333) в сегменте «четыре-пять звезд» в непосредственной близости от МКАД вызывает некоторые сомнения в их необходимости в таком объеме.

Минусы проекта — недостаточное количество номеров в сегменте «три звезды». На мой взгляд, целесообразнее изменить соотношение в пользу номеров в более демократичном сегменте. Основная масса посетителей и участников выставки ищут варианты размещения по цене $100–200 в сутки и уровень цен в отелях «четыре-пять звезд» в рамках строящегося комплекса едва ли их устроит. Кроме того, в ближайшей перспективе на эти грандиозные планы, несомненно, окажет влияние финансовый кризис.

Сезонный фактор, сопутствующий выставочной деятельности, окажет влияние на загрузку отелей. Высокий выставочный сезон — весна и осень, тогда как летом и зимой выставочных мероприятий проходит крайне мало. Заполнение отелей в период выставочного затишья вызывает вопросы.

Сергей Колесников,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «ГОСТ ОТЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТ»:

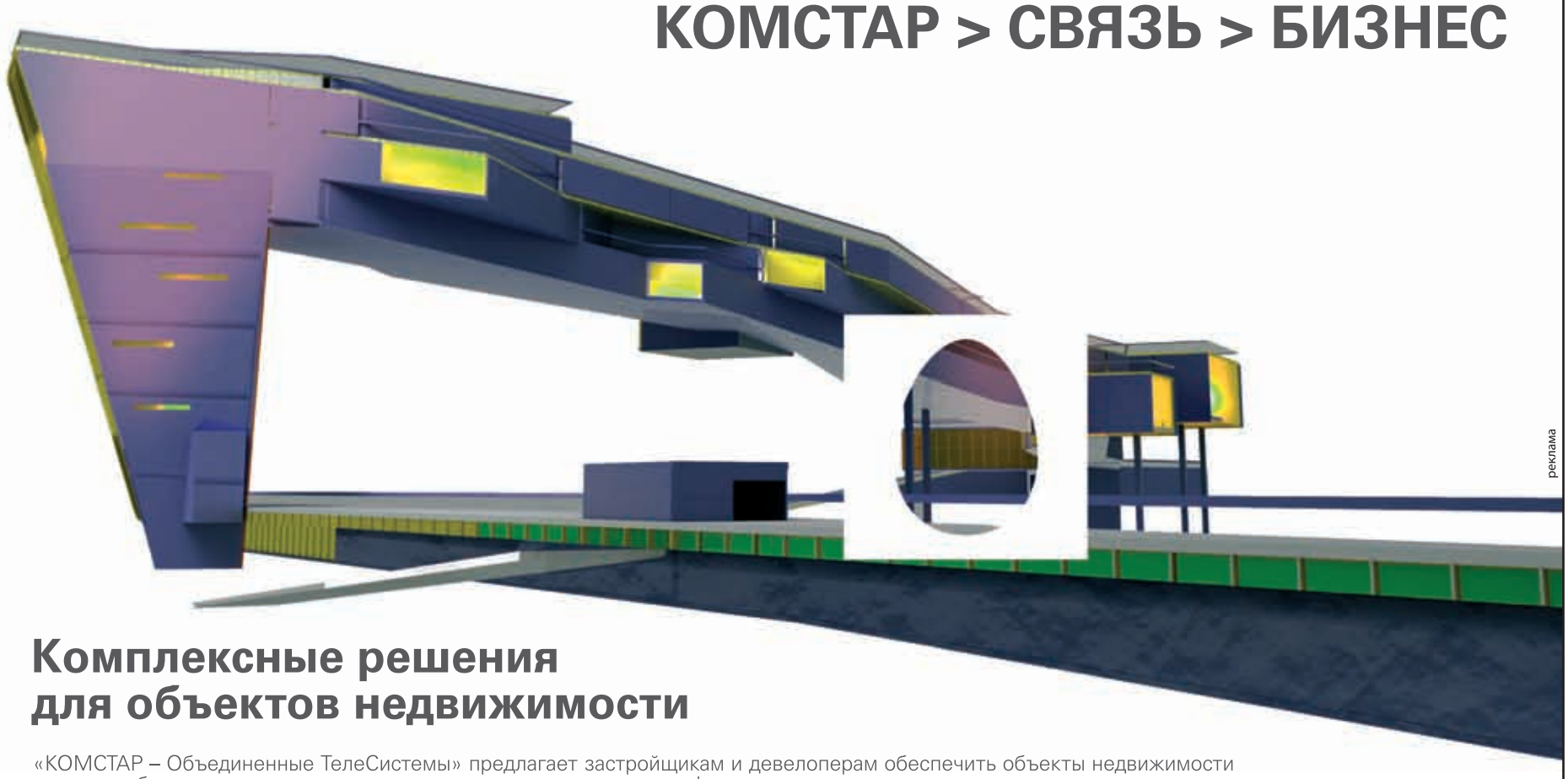
— Вижу только плюсы. Господин Агаларов пошел по очень интересному и не так часто встречающемуся пути. Он стал строить вертикально интегрированный комплекс, ядром которого является выставочный центр. Учитывая тот факт, что ядро уже раскручено, создание гостиниц разного уровня является уместным. Это позволит увеличить в первую очередь доходность проводимых мероприятий, увеличит возможности для участников и гостей выставок. В конечном счете наличие целого комплекса в руках одной структуры минимизирует их затраты и позволит быть более конкурентоспособным всему «Крокусу» в вопросах создания условий для проведения выставочных мероприятий. В результате выиграют и организаторы, и участники. Комплекс сможет представлять широкий и гибкий комплекс скидок для участников и гостей выставок. Кроме этого мы фактически получаем созданный единый пакет, который посредством грамотного менеджмента позволит довести обслуживание до новых высот. Так как за созданный продукт нести ответственность будет единая дирекция.

Дмитрий Степаненко,
ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ «ГЕЛИОПАРК ГРУПП», ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «ГЕЛИОПАРК ОТЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТ»:

— Необходимость в появлении на территории «Крокус Экспо» гостиничного комплекса назрела давно. В успехе проекта я не сомневаюсь. Спрос на городские отели со стороны бизнес-туристов, особенно в периоды выставочной деятельности, очень велик. С учетом деловой активности в Москве уровень загрузки нового отеля должен быть высоким. Наличие средств размещения на территории выставочного комплекса позволит избежать пробок в этом районе и улучшит логистику для организаторов и участников выставок.

Необходимо определиться с брендом и гостиничным оператором, то есть кто будет реализовывать этот масштабный проект. Есть несколько моментов, на которые стоит обратить внимание. Будет ли в процессе создания новых объектов поднят вопрос о реконструкции близлежащих улиц, развитии инфраструктуры района и как принятые решения отразятся на качестве жизни его жителей? И следующий вопрос: в какой период будет реализован этот проект? Как повлияет сегодняшний кризис на сроки проекта?

КОМСТАР > СВЯЗЬ > БИЗНЕС



реклама

Комплексные решения
для объектов недвижимости

«КОМСТАР – Объединенные ТелеСистемы» предлагает застройщикам и девелоперам обеспечить объекты недвижимости полным набором современных телекоммуникационных услуг: телефонии, передачи данных, высокоскоростного доступа в Интернет, виртуальных частных сетей, цифрового телевидения. Для нас нет невыполнимых задач! Мы найдем оптимальное телекоммуникационное решение для каждого клиента с учетом всех потребностей и особенностей ведения бизнеса.

COMSTAR

ОАО «КОМСТАР – ОТС»
119121, Москва, Смоленская-Сенная пл., д. 27, стр. 2
тел.: (495) 956-00-00 info@comstar-uts.ru www.comstar-uts.ru