

## ДОМ СТРОИТЕЛЬСТВО

## Герои ищут награду

## премии

Конкурсы «лучший в профессии» и социалистические соревнования не пережиток прошлого, а современная реальность для любого профессионального сообщества. Риэлтеры не исключение. Конкурсов и рейтингов, в которых участвуют коттеджные поселки и торговые центры, риэлтеры и брокеры, с каждым днем становится все больше. Как участники рынка недвижимости меряются проектами и объектами, изучала **Ольга Цыбульская**.

**Самая заслуженная**  
Первой устраивать соревнования среди компаний, занятых на рынке недвижимости или каким-либо образом имеющих к этому рынку отношение, стала Петербургская гильдия риэлтеров. Премия «Каисса» вручается вот уже 11 лет, и ряды претендентов на эту премию множатся. Лучший из лучших претендует на увесистую статуэтку богини интеллектуальных игр Каиссы, отлитую из золотистого сплава.

Географический охват конкурса — Петербург и Ленинградская область. Участвуют не только риэлтерские и девелоперские компании, но и банки, страховые компании, госструктуры и СМИ, имеющие отношение к рынку недвижимости. В прошлом году число конкурсантов перевалило за 50. Дипломы вручаются по 18 основным и 4 дополнительным номинациям. Почти все номинации, за редким исключением (не выбирается, например, лучшая компания на рынке аренды недвижимости Ленинградской области), дублируются — для Петербурга и Ленинградской области. Таким образом, из 50 компаний лучшими стали больше 30. То есть обиженных немного, да и они или победили в прошлом году, или победят в следующем. Некоторые номинации и не предполагают никакой интриги или закулисной борьбы. К примеру, по итогам «Каиссы-2005» за личный вклад в развитие рынка Санкт-Петербурга был отмечен петербургский вице-губернатор Вахмистров, а за развитие рынка Ленинградской области — вице-губернатор области Александр Дрозденко.

Участие в конкурсе бесплатное, но, как отметила PR-секретарь Ассоциации риэлтеров Петербурга и Ленинградской области Татьяна Демичева, спонсорство и взаимозачеты приветствуются.

Победители «Каиссы» автоматически становятся лауреатами конкурса более высокого уровня — его проводит Российская гильдия риэлтеров. Конкурс РГР называется «Профессиональное достоинство». В 2006 году за достоинство будут премировать уже девятый год. Как отметила директор PR-программ РГР Галина Дмитриева, «победители не могут претендовать на денежные призы или международную извест-

ность». Главной трофеей — богиня Веста, фея домашнего очага и по совместительству покровительница государства. Номинанты получают дипломы, а занявший первое место — статуэтку Весты.

**Самая международная**  
Российский совет торговых центров объединяет девелоперов, архитекторов, специалистов по маркетингу, управляющих, владельцев торговых центров, а также операторов розничной сети общепита и услуг. В рейтинге торговых центров, который раз в год составляет совет, участвуют объекты, построенные в крупных городах России. По составу



участников и результатам рейтинга можно судить о развитии рынка, считает PR-менеджер совета Екатерина Лыскова. В первом рейтинге в 2003 году были представлены только московские объекты и всего один региональный. А в 2004-м ситуация кардинально изменилась — два московских, остальные из регионов. За три года список увеличился вдвое. Надо заметить, что объекты, занявшие первые строчки в рейтинге, к дальнейшему участию не допускаются.

В рейтинге одна основная номинация — «Действующий торговый центр» — и три категории — малый торговый центр (4–10 тыс. кв. м), средний (10–30 тыс. кв. м) и большой (30–60 тыс. кв. м). Отмечается также суперрегиональный торговый центр. Дополнительно оценивается лучшая маркетинговая политика, популярность и посещаемость торгового центра.

Номинация «Проект торгового центра» была снята в 2005 году за неубедительность. Не удалось выявить и лучшую управляющую компанию — по словам PR-менеджера совета Екатерины Лысковой, сильные игроки в этом секторе бизнеса пока не наблюдаются.

Критерии, которыми совет руководствуется при составлении рейтинга, взяты из опыта

Международного совета торговых центров и адаптированы, по словам госпожи Лысковой, к российским условиям. Объекты оцениваются по таким критериям, как архитектурное планирование, маркетинг, принцип подбора арендаторов, концепция рекламной политики.

Присутствие в рейтинге, по словам Екатерины Лысковой, повышает инвестиционную привлекательность торговых центров: «Для иностранных инвесторов важно, чтобы качество объектов было подтверждено. Они привыкли к такой системе работы. Наш совет — это представительство Международного совета торговых центров, поэтому победа в рейтинге — хороший аргумент». Участие в рейтинге стоит €500.

**Самая постоянная**  
Ежегодная международная премия в области недвижимости, ритейла и инвестиций Hyperestate Awards была учреждена три года назад одноименной компанией. В 2005 году в конкурсе приняли участие более 300 компаний. Их оценивали по 70 номинациям. Награждено 45 компаний. В некоторых номинациях даже почти нет конкуренции.

Международность проекта достигается за счет участия компаний из Казахстана и Ук-

раины. А участников много потому, что победителей прошлых лет допускают к конкурсу в тех же номинациях. «Некоторые компании могут побеждать из года в год. Вот „Связной“, например, лучший, и куда от этого не денешься. Будет побеждать, пока его кто-нибудь не обгонит», — говорит помощник генерального директора Hyperestate Awards Александр Коньков.

Данные об участниках конкурса формируются, по словам господина Конькова, на основе анкет и собственных исследований компаний, которые оценивает экспертный совет жюри. В жюри входят владельцы и руководители ритейлерских, девелоперских, строительных и инвестиционных компаний. С некоторой натяжкой можно сказать, что в этом конкурсе участники оценивают сами себя. Еще одна особенность конкурса состоит в том, что места не продаются, отмечает господин Коньков: «Вот в других конкурсах продаются, а у нас такого нет. Платишь \$400 плюс НДС и участвуешь». Генеральный спонсор конкурса — Raiffeisenbank.

**Самая щедрая**  
Премия «Поселок года» учреждена интернет-проектом «Коттедж.ру». На конкурс выставляются коттеджные поселки, в

которых построено не менее 30 объектов, или утвержденный генплан и концепция строительства. Покупка так называемого билета риэлтера (он есть у компаний «МИЭЛЬ-Недвижимость» и «Веско») дает право выставить на конкурс до 15 коттеджных поселков. Выставить один объект имеет право обладатель «билета участника» (\$10 тыс.).

Отметим, что для участников из Москвы действуют другие тарифы. Участие в номинациях «Таунхаус года», «Поселок года класса „бизнес“», «Лучший дачный поселок», «Лучшая аренда» и «Лучший коттеджный поселок в проекте» — \$3 тыс. Для участия в номинации «Поселок года класса „элит“» взнос составляет \$4 тыс., для номинации «Поселок года класса „дел люкс“» — \$5 тыс.

Можно получить скидку. Если один поселок заявлен сразу в двух номинациях, то меньший вступительный взнос сокращается наполовину.

Так же четко условия обозначены и для спонсоров: от пакета генерального спонсора — \$50 тыс. — до простого спонсорского — \$5 тыс. Спонсоры



Организаторы премии «Поселок года» уверены, что ее нельзя купить. Хотя и признают, что спонсорские взносы весьма велики

не должны иметь отношения к рынку недвижимости.

Исполнительный директор оргкомитета премии Алексей Борисов считает, что «Поселок года» — одна из самых прозрачных премий на рынке недвижимости. И никакого отношения не имеет к тем, где призовое место можно купить. Несмотря на солидные вступительные взносы и спонсорские пакеты, проект нельзя считать выгодным, если рассматривать премию с точки зрения прибыльности, признался господин Борисов.

**Самая новая**  
Building Awards-2006, первая национальная премия в области недвижимости, учреждена издательским домом Building Media Group. Эту премию планируется вручать авторам наиболее инновационных проектов.

Особенностей у новой премии несколько. Участие в конкурсе принимают проекты и профессионалы всех регионов России и всех сегментов рынка.

По мнению учредителя, конкурс должен не только объединить участников рынка, но и показать, в каком направлении он будет в дальнейшем развиваться. «Есть очень много премий, но они, как правило, существуют для какого-то узкого сектора недвижимости. Мы хотим объединить рынок», — говорит Петр Шура, директор Building Media Group. — И мы хотим награждать не за масштабность, а за инновации. За то, что в ближайшее время будет копировать».

В премии три категории: «Профессионал года», «Проект года» и «Компания года». В каждой категории — от пяти до семи номинаций. Например, в категории «Проект года» представлены номинации «Офисный центр», «Торговый центр», «Складской комплекс», «Гостиничный центр», «Жилой дом», «Загородный поселок», «Высотное здание» и «Градостроительный проект». Ожидается, что вручение Building Awards-2006 пройдет на главной стройке страны — на площадке «Москва-Сити».



Лучшие из риэлтеров претендуют на увесистую статуэтку богини Каиссы и Весты, отлитые из золотистого сплава  
ФОТО МИХАИЛА РАЗУБАЕВА, ПАВЛА СЕРГЕЕВА

**Перво-классные дома П-44Т**

быстрые сроки строительства

минимальные затраты на отделку

нормативный срок эксплуатации — 100 лет

**Первые весенние предложения**

**1 ДСК**  
ДОМОСТРОИТЕЛЬНЫЙ КОМБИНАТ №1

933-7606 • www.dsk1.ru  
лицензия: Д 366712 от 2 сентября 2003 года

**Antonovka** Коттеджный поселок

(495) 101-2001  
www.antonovka.com

- 10 км от МКАД по Калужскому шоссе
- Ландшафтный парк на берегу реки Сосенки
- Развитая инфраструктура всей территории
- Лесная прогулочная зона
- Спортивные площадки, детский клуб

готовые дома «под ключ»    земля с подрядом на строительство    земля без подряда