



СЕГОДНЯ «ЭРАРТА» — ЭТО КРУПНЕЙШИЙ ЧАСТНЫЙ МУЗЕЙ РОССИИ

тов. На этапе создания — поиск и получение помещения, ремонт и оборудование. Для центра оптимально иметь удобный доступ для посетителей, удобную структуру для приема посетителей и организации различных выставок, но при этом также желательно минимизировать затраты, что обычно трудно сочетается.

Впрочем, сегодня в городе уже есть и примеры, когда проекты могут существовать и вне состава многофункциональных комплексов. Например, лофт-проект «Этажи» на Лиговском, 74. Сегодня лофт-проект «Этажи» — полностью самокупаемый. Средства поступают из многих источников: доходы от выставок, работа кафе и хостела.

Как говорят специалисты в области менеджмента культурных объектов, окупаться именно за счет сборов от посетителей проекты не могут, нужно какое-то дополнительное «плечо» — либо в виде ресторана, либо в виде меценатов и спонсоров.

Александр Волошин, директор по развитию Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, полагает, что успешность культурно-просветительского проекта не всегда измеряется инвестициями. «Для запуска проекта частной галереи достаточно средств на аренду помещения. При этом для таких объектов подходят и помещения с невысокой арендной став-

кой, они могут открываться в заброшенных бывших промышленных объектах, с минимальным ремонтом, без масштабной реконструкции, важны наличие коммуникаций и возможность организации систем безопасности. Наименее трудоемки и затратны частные галереи, требования по их организации ограничиваются наличием стен или других приспособлений для размещения картин и других предметов искусств. По мере увеличения популярности дополнительные инвестиции возможны в развитие сопутствующих функций, таких как лекторий, кинозал, творческие мастерские. Дополнительными источниками дохода для таких арт-объектов могут стать продажа картин и других предметов искусства, спонсорские контракты, промоакции и презентации, предоставление в аренду площадей для проведения мероприятий. На территории могут быть реализованы сопутствующие функции торговли: книжные, сувенирные магазины, предприятия общественного питания», — говорит господин Волошин.

Игорь Кокорев, менеджер проектов отдела стратегического консалтинга Knight Frank St. Petersburg, также согласен, что частные музеи могут окупаться за счет наличия магазинов, комиссии с продажи картин, кафе, проведения выставок и мероприятий, а также за счет продажи билетов. «В целом, однако, частные му-

зеи не являются высокодоходными предприятиями. Частные театры, как правило, небольшие, что позволяет минимизировать издержки, но это также уменьшает и доходную часть. Окупаются в театральной сфере спектакли антрепризы, не привязанные к конкретной площадке и труппе и способные за счет этого минимизировать издержки», — говорит господин Кокорев.

По его словам, наиболее реалистичный и понятный по формату проект появится в результате развития территории острова «Новая Голландия» — он будет близок к центру «Гараж» в Москве. Также в данном проекте предполагается развитие других интересных направлений, нетипичных для рынка Санкт-Петербурга.

Помимо упомянутых проектов культурные центры могут появиться в составе проекта «Треугольник», на других территориях у Обводного канала. Как и любой проект с непрозрачной экономической эффективностью, культурный центр может рассчитывать в первую очередь на инвестора, который не предполагает даже средней по меркам рынка доходности. Это делает реализацию проектов менее реалистичной по сравнению с проектами жилой или коммерческой недвижимости. В то же время при условии оптимизированной себестоимости создания и эксплуатации, а также удачной деятельности культурные центры могут быть

как минимум самокупаемыми. Однако в общем случае экономическая эффективность культурных центров невысокая.

Эксперты говорят, что в процессе эксплуатации важно как получение посетителей, так и их удержание, при этом необходимо выдерживать заявленную направленность культурного центра. От правильно подобранной программы выставок и мероприятий, а также от качества постоянной экспозиции, если таковая есть, в первую очередь зависит успешность проекта. Также можно продумывать источники дополнительного дохода (галерея реализации произведений искусства, кафе и рестораны, сувенирные магазины, офисы, студии художников, дизайнеров и модельеров).

Впрочем, в отличие от частных инвесторов, Петербург может получать от подобных объектов не прямую, а косвенную прибыль. Ведь чем больше учреждений культуры будет в городе, тем больший туристический поток будет генерировать Петербург. Благодаря своему культурному и историческому наследию Санкт-Петербург является популярным туристическим направлением. В отличие от Москвы, где доминирующую роль играет бизнес-туризм, Санкт-Петербург зависит от культурно-познавательного туризма, генерирующего 55–65% спроса, говорят в Jones Lang LaSalle Hotels. ■