

ПОТЕХЕ ЧЁС

ИЗМЕНЕНИЕ УРОВНЯ ДОХОДОВ, ЗАКРЫТИЕ ПОПУЛЯРНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ ВЫНУДИЛИ ЛЮДЕЙ ИСКАТЬ АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ВАРИАНТЫ КАК ЛИЧНОГО, ТАК И КОРПОРАТИВНОГО ДОСУГА. ЧТО ПРЕДЛАГАЕТ ГОРОД ПЕТЕРБУРЖЦАМ И ИХ РАБОТОДАТЕЛЯМ, РАЗБИРАЛАСЬ ЮЛИЯ ЧАЮН.

Сервис отзывов Flamp.ru специально для VG проанализировал выбор и оценку жителями Санкт-Петербурга компаний рынка развлечений и отдыха.

Выяснилось, что, в отличие от многих других регионов России, в Петербурге большой популярностью пользуется сфера культуры. Если в целом по России компании развлекательной отрасли на «Флампе» занимают только 20-е место по интересу пользователей, то петербуржцы куда чаще просматривают интернет-страницы различных мест отдыха. Здесь сфера развлечений входит в топ-15 самых популярных, и в первую очередь — за счет музеев, театров, выставок и других мест соприкосновения с искусством.

Любовь к культурным развлечениям в Петербурге заметна и по количеству отзывов на «Флампе» о разных точках и заведениях города. В рейтинге самых популярных мест отдыха музеи занимают второе место, по количеству откликов посетителей уступая лишь барам и опережая кинотеатры. Также в топ-5 по количеству отзывов входят квесты и ночные клубы. А вот среди самых непопулярных мест отдыха в Петербурге оказались спортивные площадки, в частности, веревочные парки и роллердромы.

НЕ КУПИТЬ, ТАК РАЗВЛЕЧЬСЯ Несмотря на кризис, в Петербурге активными темпами развиваются различные развлекательные объекты в торговых центрах, замещающая собой шопинг.

В частности, в исследовании NAI Весар говорится о том, что в 2015 году в торговом сегменте Петербурга заметно выросло число крупных сделок с участием операторов развлечений. Среди крупнейших из них — открытие в ТРК «Европолис» парка развлечений Angry Birds (3,9 тыс. кв. м); с января 2015 года в ТРК «Сити Молл» работает развлекательный центр Boomers (1,5 тыс. кв. м); в ТРК «Лето» начал работу самый большой батутный парк в городе (больше 1 тыс. кв. м); в ТРК «Питер-Радуга» открылся второй в городе «Кидбург» площадью 3,4 тыс. кв. м; в 2016 году планируется «Фантази Град» в «Охта Молл».

По словам Ольги Шарыгиной, управляющего директора департамента управления активами NAI Весар, усиление развлекательной составляющей в торговых центрах связано, с одной стороны, с ростом вакантных площадей в сегменте, с другой — с периодом бурного развития рынка парков развлечений в России. «Активити-парки, детские города профессий, батутные парки и другие новые форматы развлечений сегодня чувствуют себя увереннее, чем, например, ритейл, так как этот сегмент только начинает свое развитие в России, а конкуренции на этом рынке еще нет», — говорит госпожа Шарыгина.

В исследовании NAI Весар также говорится, что в целях увеличения проходимости торговые центры усиливают и собственную программу развлекательных



В ПОПЫТКЕ ОТВЛЕЧЬСЯ ОТ РЕАЛЬНОСТИ ЖИТЕЛИ ПЕТЕРБУРГА ИЩУТ РАЗВЛЕЧЕНИЙ, ИНДУСТРИЯ КОТОРЫХ МЕНЯЕТСЯ ВСЛЕД ЗА КРИЗИСОМ

мероприятий, делая фокус на социально-культурную составляющую: в ТРЦ «Галерея» проводятся вечера классической музыки, недавно открывшийся в Большом Гостином дворе шоу-рум российских дизайнеров функционирует как образовательная площадка, будки для сбора старой одежды действуют в ТРЦ «Мега», в «Ткачах», в ТЦ «Смайл», в «Галерее» и в «Атлантик Сити».

Рост проходимости за счет развлекательной функции поддержит торговые центры в кризисных условиях. Ольга Шарыгина прогнозирует, что к концу 2015 года уровень вакансии в ТРК Петербурга вырастет еще на 3–4%, а восстановление рынка эксперт ожидает с конца 2016-го.

Наталья Борец, директор отдела аренды SRV, также подтверждает, что снизившаяся покупательная активность, которая отражается на трафике центров, стала одной из причин, побуждающих арендодателей приходиться к соглашению с парками развлечений. «Парки развлечений, кинотеатры, другие аналогичные предложения становятся трафикообразующей составляющей многих торговых центров. Те, кто пришел приятно провести время, зачастую посещают и арендаторов — fashion-галереи, магазины электроники, гипермаркеты, что положительно сказывается на общем товарообороте центра», — рассказывает она.

Впрочем, ситуация среди операторов неоднородная. Павел Тимец, генеральный директор управляющей компании «Парк» считает, что крупные крытые развлекательные зоны с широким ассортиментом услуг чувствуют себя увереннее. «К этой группе относятся наши центры в Петербурге (Maza Park), Казани (Fun24), Смоленске (Galaxy Park). Мы выделяем себя в числе прочих крупных парков, поскольку

являемся единственными, кто работает по системе единого входного билета, — рассказывает он. — Следующая категория — кинотеатры (наряду с интернетом и киберспортом, наши основные конкуренты), которые или стагнируют или имеют небольшой рост. В целом ниша держится на плаву — в этой индустрии пострадали лишь дополнительные источники дохода: реклама и кинобары. Отдельные детские центры тоже стагнируют или имеют небольшой спад активности. Хотя в некоторых случаях спады существенны, как это случилось с сетью детских развлекательных центров Crazy Park: более 35% филиалов сети закрылись, а они были одними из лидеров рынка. Еще одна категория — небольшие бильярдные, боулинг-клубы и другие игровые площадки — узкий сегмент, не способный выдержать конкуренцию с крупными парками развлечений. Лет 12–15 назад это направление развивалось очень широко, но в последние годы число подобных заведений сократилось: какой смысл отдавать 400–700 рублей в час за бильярд, если в наших центрах можно заплатить 300–600 рублей за вход и играть, сколько захочется, причем не только в бильярд?»

Впрочем, кризис сказался и на УК «Парк». «Во-первых, большинство оборудования, которое устанавливается в наших центрах, — импортное. Только при закупке мебели можно воспользоваться импортозамещением: последний центр в Смоленске достраивался на отечественной и белорусской мебели. Боулингов, игровых аппаратов и симуляторов почти не делают в России, «Союзаттракцион» умер много лет назад. Поэтому стоимость открытия новых клубов, даже с учетом импортозамещения, оказывается значительно выше, чем была до кризиса. Во-вторых,

условия кредитования. Раньше мы брали займы под 13–15%, сейчас самая маленькая ставка составляет 19%. Это сильно меняет модель развития, теперь бизнес с пяти-шестилетней окупаемостью переходит в семи-восемилетнюю», — рассказывает господин Тимец.

«ХУДОЖНИК ДОЛЖЕН БЫТЬ ГОЛОДНЫМ» Несмотря на то, что кризис ударил по кошелькам граждан, эксперты констатируют, что посещаемость театров осталась примерно на том же уровне, на каком она была в прошлые годы.

Сергей Сучков, генеральный директор компании Radarío (платформа для монетизации бизнеса в индустрии развлечений), отмечает, что в театральном сегменте театры сделали упор на увеличение доли недорогих билетов до 1 тыс. рублей. «Вместе с тем такие театры, как Театр им. Ленсоветова, «Приют комедианта», Эюд-театр, а также десяток других наших клиентов в Петербурге активно используют инструменты e-mail-маркетинга и скидочные акции, но лишь как дополнение и стимуляцию к продажам», — говорит господин Сучков.

В концертном и фестивальном сегменте кризис ощущается иначе и, по мнению некоторых игроков этого рынка, даже благоприятно.

«Российские артисты стали внимательнее относиться к своим концертам, поскольку доходная часть складывается в большей степени с прокатной части, так как доля корпоративов чуть снизилась. А это значит, что те, кто, раньше выпуская альбомы и получая множество премий, игнорировал своего зрителя, сделали упор на качество и количество своих шоу», — делится господин Сучков мнением одного из своих партнеров, занимающегося про-