

# «ЗАДАЧА — „ОДНИМ ОКНОМ“ ЗАКРЫТЬ ВСЕ ВОПРОСЫ, СВЯЗАННЫЕ С НЕДВИЖИМОСТЬЮ»

В НОЯБРЕ ГРУППА RBI ОБЪЯВИЛА О ПОКУПКЕ ДОЛИ В ГК ACTIVE GROUP, ЧТО СТАЛО ЧАСТЬЮ ПЛАНА ПО РАЗВИТИЮ ЭКОСИСТЕМЫ ХОЛДИНГА, В КОТОРУЮ УЖЕ ВХОДЯТ КОМПАНИИ ПО СТРОИТЕЛЬСТВУ, ПРОДАЖАМ И УПРАВЛЕНИЮ НЕДВИЖИМОСТЬЮ. О НЕПОМЕРНОМ АППЕТИТЕ СОБСТВЕННИКОВ ЗЕМЛИ, ДЕЛОВЫХ ОТКРЫТИЯХ ГРУППЫ И СВОЕМ НЕПРОФИЛЬНОМ БИЗНЕСЕ BG РАССКАЗАЛ ПРЕЗИДЕНТ И ВЛАДЕЛЕЦ RBI ЭДУАРД ТИКТИНСКИЙ. ПОДГОТОВИЛ ДМИТРИЙ МАТВЕЕВ

**BUSINESS GUIDE:** Каков земельный банк компании и планируются ли новые сделки до конца года?

**ЭДУАРД ТИКТИНСКИЙ:** Около 500 тыс. кв. м — тот земельный банк, который сейчас в работе. Все проекты на этих участках в ближайшие год-два будут запущены. Плюс поэтапно запускаем Ultra City — наш большой проект в Приморском районе. И мы хотим расти: для этого есть возможности, мы постоянно оптимизируем себестоимость и сроки строительства. Мы бы с удовольствием расширили масштабы бизнеса. У RBI есть для этого собственные ресурсы, кроме того, и наши партнеры — крупнейшие банки — готовы финансировать наше развитие. Хотя качественных объектов с адекватной ценой на рынке сейчас единицы.

**BG:** О каком количестве потенциальных сделок может идти речь?

**Э.Т.:** Сейчас мы в продвинутой стадии переговоров по пяти-шести объектам, которые считаем подходящими для нашей бизнес-модели. Все участки находятся в Петербурге, в центральных и спальных районах, часть из них предназначена для строительства жилья, часть — под апартаменты.

**BG:** Пригородных проектов среди них нет?

**Э.Т.:** К сожалению, нет. Европейский формат «сити-виллы», который мы предложили покупателям в Mistola Hills и EcoCity, пока не сильно востребован в Петербурге. Хотя мы искренне не понимаем почему. У наших загородных комплексов множество преимуществ, даже по сравнению с городскими многоэтажными проектами: природа, воздух, потрясающие виды, множество детских и спортивных площадок, пешая доступность «Охта-Парка», скандинавская архитектура, комфортные планировки с собственными кладовыми помещениями в доме под каждую квартиру и сформировавшееся соседское комьюнити с общими интересами и образом жизни. Но квартиры в EcoCity при этом мы сейчас вынуждены продавать ниже себестоимости. Мы заложили в проект много инфраструктурных «фишек», а городские жители в большинстве своем пока не готовы к переезду в Ленобласть, даже такую близкую и удобную. Существует какой-то ментальный барьер — и мы продолжаем его постепенно разрушать, рассказывая о преимуществах жизни в таких проектах.

**BG:** Как продвигается проект на 11-й Красноармейской улице?

**Э.Т.:** Этим проектом мы фактически открыли нашим покупателям новую локацию — Адмиралтейский район, классическую петербургскую Коломну. Для бизнес-класса и элиты здесь огромный потенциал. Неудивительно, что мы сразу увидели хороший спрос на объект. Строительство идет по графику, определен подрядчик по



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

нулевому циклу и генеральный подрядчик. Сейчас мы занимаемся укреплением соседних зданий, выносом сетей. Объект достаточно непростой, в окружении исторической застройки, но до сдачи дома еще два года, и такая задача вполне нам по силам — у компании есть схожий опыт.

**BG:** В ноябре RBI объявила о покупке 50% группы компаний Active Group. Планируются ли аналогичные сделки в дальнейшем?

**Э.Т.:** Да, в экосистеме группы уже есть компания по отделке квартир RBI OK, эксплуатирующая организация «Управление комфортом», управляющая компания RBI PM, которая занимается «апартами» и доходными программами, ряд других организаций. В декабре к нам присоединились «Штаб квартир» и «Арендафон» — известные на риэлторском рынке бренды. Наша задача — закрыть «одним окном» все вопросы, связанные с недвижимостью: от аренды и покупки квартиры — до инвестиций, ремонта и отделки. Каждому клиенту мы хотим предложить именно те опции, в которых он нуждается, и в тот момент, когда это необходимо. Поэтому экосистема RBI продолжит развиваться, но более подробную информацию я пока раскрыть не могу.

**BG:** Рассматриваете новые направления альтернативного недвижимости бизнеса?

**Э.Т.:** Системно этим не занимаюсь. У меня есть одна инвестиция — Muzlab, музы-

кальный стриминговый сервис. Он успешно развивается, на этот продукт есть колоссальный спрос. Заправки, розничные сети, точки общепита, продажи техники, банки, модные магазины — все нуждается в фоновой музыке. И практически во всех крупных сегментах бизнеса есть понимание: музыка важна для потребителя, она создает настроение, с которым человек готов дольше оставаться в магазине, а значит, растет и средний чек. Качественных предложений в этой части в России нет, поэтому наш сервис занял уникальную нишу.

**BG:** Насколько улучшились показатели сервиса с момента инвестирования в него?

**Э.Т.:** Значительно, но тут сказался эффект низкой базы: у компании практически не было продаж до моего прихода. Сильный рывок будет в 2020 году, когда планируется запустить сотрудничество с рядом корпораций. Они очень медленно принимают решения: под любую нестандартную закупку — хотя это небольшие деньги — им необходимо создавать новый бизнес-процесс, получать отдельный бюджет. Вопрос уходит к высшему руководству, и процесс затягивается. Хотя есть компании, которые очень быстро отреагировали, например «Азбука вкуса», Circle K, «Лукойл», Сбербанк и банк «Санкт-Петербург».

**BG:** Почему вы все-таки вышли из сервиса «Партия еды», которая затем конвертировалась в «Яндекс.Шеф»?

**Э.Т.:** Я был там не единственным инвестором, были партнеры. Часть из них хотела получить деньги и выйти из этого бизнеса, у части были амбиции поработать в качестве управляющих партнеров с «Яндексом». Сам бы я не спешил продавать долю, хотя мультипликатор был очень хороший, это была фантастическая сделка по всем параметрам. Но для меня отношения важнее, чем деньги. Раз партнеры захотели продать доли и для них эта сделка была привлекательной, я согласился.

**BG:** Планирует ли группа RBI запуск сервисов по дистанционной продаже недвижимости?

**Э.Т.:** В России такая схема пока не работает. Люди не готовы приобретать квартиру дистанционно. Если бы речь шла о покупке недвижимости в Лондоне, а клиентами были бы арабские шейхи, тогда, возможно, они бы действовали именно так: покупали квартиры, не покидая своих нефтяных месторождений. У нас же, если клиент хочет снять или купить квартиру, он приезжает и смотрит ее. Мы не видим спроса на услугу, полностью переведенную в онлайн-канал, поэтому и реализовывать ее нет смысла: у нас очень много идей, но есть дефицит ресурсов, мы перегружены задачами и не можем делать то, что считаем блажью. Наш безусловный приоритет — реальные потребности клиента. Но мы работаем по другим направлениям: создаем единую базу клиентов всех компаний экосистемы RBI, совершенствуем личные кабинеты, обеспечиваем персонализированную коммуникацию с клиентом, анализ и поиск оптимальных решений для предоставления индивидуальной услуги каждому покупателю.

**BG:** Какие основные препятствия существуют для развития бизнеса группы?

**Э.Т.:** При поиске новых участков мы сталкиваемся с одной проблемой: не очень адекватные аппетиты собственников земли. Все остальные вопросы не являются критичными, это задачи, которые группа успешно решает.

**BG:** Но покупательская способность продолжает снижаться.

**Э.Т.:** Да, и от этого никуда не деться. На рынке, который проседает, конкуренция становится сильнее. Но мы можем соперничать не только ценой: у RBI есть свой сегмент и свои клиенты, ценящие продукты, которые мы предлагаем.

**BG:** Готовы ли вы сейчас продать часть бизнеса или всю группу?

**Э.Т.:** Для меня это больше чем просто бизнес. Есть амбициозные планы на развитие, и я не готов от них отказываться, даже за очень большие деньги. ■