

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ЛИЦА ГОРОДА

ВСПОМИНАЯ БУКВЫ / 15
ПРЕНИЯ ПО ТРЕНДУ / 17
ОФИСНАЯ НОСТАЛЬГИЯ / 26
ГОД СПЛОШНЫХ IPO / 30



Среда, 28 апреля 2021 №75

(№7037 с момента возобновления издания)

Цветные тематические страницы №13–32

являются составной частью газеты «Коммерсантъ»

Зарегистрировано в Роскомнадзоре

ПИ №ФС77-76924 9 октября 2019 года

Коммерсантъ

в Санкт-Петербурге

SOCIAL REPORT

ПАРТНЕРЫ ВЫПУСКА

Некоммерческая организация

ФОНД СОДЕЙСТВИЯ КРЕДИТОВАНИЮ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА,
МИКРОКРЕДИТНАЯ КОМПАНИЯ

Санкт-Петербург

АКВИЛОН
РАЗУМНЫЙ ДЕВЕЛОПМЕНТ

20
лет

ЛенРусСтрой

Реклама

АВТОТРАНСПОРТ СПЕЦТЕХНИКА ОБОРУДОВАНИЕ

- Выгодные условия финансирования
- 1 день на предварительное решение
- Минимум документов для оформления

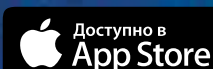
**baltlease.ru**

Бесплатный звонок по стране

8 800 222 0 555

Работаем по всей России!

ООО «Балтийский лизинг»

Скачайте удобное приложение
«Балтийского лизинга» для клиентов

Реклама, 18+



ЕЛЕНА БОЛЬШАКОВА,
РЕДАКТОР SOCIAL REPORT
«ЛИЦА ГОРОДА»

СЛОВА НЕ ЛЕЧАТ

Несмотря на ковидные будни, в 2020 году наиболее цитируемыми представителями бизнеса в Петербурге стали не медики, к чьим голосам прислушивались сильнее всего, не ритейлеры и рестораторы, активно и публично отвоевывавшие место под солнцем перед Роспотребнадзором и властями города, не страдавшие без турпотока отельеры и даже не «звезды» вселенной дистанционного труда — телекоммуникационные и IT-компании. Первые места в списке активнейших спикеров деловых СМИ и большую его долю (около 23%) вновь занимают руководители строительных фирм.

Правда, расстановка сил среди них изменилась: лидеров рейтингов 2020 и 2019 годов Екатерину Запороженко из Docklands Development и исполнительного директора компании «Ойкумена» Романа Мирошникова с первого и второго мест вытеснили Сергей Мохнар из ГК «ПСК» и Виталий Коробов, гендиректор группы «Аквилон». Последняя ведет проект на насыпной территории Васильевского острова. Вложения крупнейших строительных компаний Петербурга в развитие участков здесь стали одной из основных тем обсуждения на рынке недвижимости в прошлом году и продолжают эту тенденцию в 2021-м.

Врачи и фармацевты, тем не менее, внесли весомый вклад в цитатник СМИ. Не менее 12% ценнейших спикеров представляют эти сферы. Мы проверяли частный и государственный секторы, для полноты картины указав и результаты главных санитарных врачей Петербурга и Ленинградской области (30-е и 27-е места).

Новинка этого исследования — вхождение в топ-5 «говорящих голов» сооснователя igooods Григория Куниса. Тут все логично: сервисы, облегчавшие людям жизнь на удаленке, стали настолько популярны, что аналитики называют их одними из первых претендентов на публичное размещение акций. Свидетельством тому служат и планы СДЭК, и прогремевший выход маркетплейса OZON на NASDAQ. «Мы идем к вам» в прошлом году не сказал только ленивый, а возможность цифровизировать свой продукт в большинстве сфер бизнеса из конкурентного преимущества превратилась в жизненно необходимую.

ВСПОМИНАЯ БУКВЫ

УСПЕШНЫЕ КИНОПРЕМЬЕРЫ СПОСОБНЫ УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ КНИГ, НА КОТОРЫХ ОНИ ОСНОВАНЫ, В ДЕСЯТКИ РАЗ. ТАКИЕ ДАННЫЕ ПРИВОДЯТ ПЕТЕРБУРГСКИЕ И РОССИЙСКИЕ КНИЖНЫЕ СЕТИ. РЕЙТИНГИ ПРОДАЖ НАЧИНАЮТ ВОЗГЛАВЛЯТЬ ЛИТЕРАТУРНЫЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ, КОТОРЫЕ ВЫШЛИ В СВЕТ ЕЩЕ В ПРОШЛОМ ВЕКЕ. ДЕНИС ГАВРИЛОВ

В конце февраля стриминговая платформа Netflix сообщила, какие литературные произведения, на основе которых за прошедший год на ней вышли сериалы, заняли пять из десяти мест в еженедельном списке книжных бестселлеров по версии The New York Times.

Заместитель генерального директора по маркетингу и коммерческому направлению «ЛитРес» Ирина Грааф отмечает, что выход фильма или сериала по книге — всегда значимое событие, которое привлекает внимание к первоисточнику, как любой другой инфоповод. Рост интереса к произведению, по ее мнению, зависит от актуальности темы, известности автора либо персон, которые имеют отношение к созданию сериала, интереса СМИ к экранизации, рейтингу ожидания. «Многие убеждены, что когда-нибудь контент в телевизоре, на экране компьютера или телефона полностью заменит книги. Но как это может произойти, если по-настоящему интересные и захватывающие фильмы, сериалы или даже игры часто основаны на сюжетах из книг?» — задается вопросом бренд-менеджер книжной сети «Буквоя» Ульяна Гаврицкая. В качестве примера она приводит не только сериалы, но и компьютерную игру Cyberpunk 2077, которая тоже благодаря книгам вышла в прошлом году, хоть и не основана на каком-то конкретном произведении.

ДОЛГИЙ ПУТЬ К ВЕРШИНЕ В упомянутом рейтинге The New York Times литературные произведения оказывались сразу после появления сериалов на стриминговом сервисе. Так, роман Джулии Куин «Герцог и я», ставший основой для сериала «Бриджертоны», засветился в списке издания впервые с момента выхода в 2000 году. Четыре недели подряд книга находилась на первом месте. Роман «Ход королевы» впервые за 37 лет попал в список уже через три недели после выхода одноименного сериала в октябре прошлого года. В первой десятке он продержался следующие 11 недель. Самым свежим примером стал роман «Улица светлячков». Он лег в основу сериала, релиз которого на Netflix состоялся в феврале. А через три дня после появления на стриминговой платформе книга возглавила рейтинг The New York Times.

Во французском сегменте Amazon книга Мориса Леблана «Арсен Люпен — благородный грабитель», опубликованная более 100 лет назад, в начале года возглавила топ самых продаваемых литературных произведений. Помог сериал «Люпен».

ВЫГОДНЫЙ ОБМЕН По данным опроса, проведенного группой компаний «ЛитРес» совместно с мультимедийным сервисом Okko в 2020 году, для знаком-



НЕКОТОРЫЕ АВТОРЫ ПОПУЛЯРНЫ ВНЕ ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВЫХОДА СЕРИАЛОВ НА ОСНОВЕ ИХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ. НО ПЕРЕИЗДАНИЕ КНИГ В КИНООБЛОЖКЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПРИВЛЕКАЕТ ВНИМАНИЕ ЭКРАННЫХ ЛЮБИТЕЛЕЙ

ства с телевизионным сериалом или фильмом, основанным на книге, более 63% респондентов предпочитают обратиться для начала к первоисточнику. Почти половина респондентов часто узнает о том, что фильм снят по книге, только после просмотра экранизации.

87,5% рассказали, что обязательно уделяют время сериалу или фильму, если до этого прочитали книгу, на которой они основаны, или наоборот. Главными причинами знакомства с произведением в формате экранизации после прочтения участники опроса назвали сравнение впечатлений и эмоций, желание оценить работу режиссера и попытку вновь испытать положительные впечатления.

По словам Ирины Грааф, самыми популярными книгами, по которым были сняты сериалы, за последний год на «ЛитРес» стали «Зулейха открывает глаза», цикл «Ведьмак», «Вонгозеро. Эпидемия», «Чужак» и «О дивный новый мир». В пятерке лидеров сервиса MyBook (входит в ГК «ЛитРес») первая тройка повторяется, а четвертое и пятое места занимают «Нормальные люди» и «Ход королевы».

Последняя, рассказывает Ульяна Гаврицкая, появилась в магазинах «Буквоя»

летом прошлого года, а осенью на платформе Netflix вышел одноименный сериал. После этого продажи произведения выросли в четыре раза, и оно попало в топ-100 самых продаваемых книг в разделе современной зарубежной прозы. В этом году «Ход королевы» по-прежнему остается самой популярной книгой, имеющей экранизацию. Среди других бестселлеров, имеющих воплощение на экране, госпожа Гаврицкая отмечает романы «Назови меня своим именем» и «Угрюм-река», продажи которых только за март превысили весь прошлогодний объем реализации.

С другой стороны, делится бренд-менеджер «Буквоеда», многие книги популярных авторов продаются вне зависимости от появления сериалов, основанных на их сюжетах. Но сами издатели под выход телевизионных версий выпускают бумажный вариант с кинообложками, которые привлекают внимание экранных любителей. Например, до появления сериала «Дивный новый мир» Олдос Хаксли, автор одноименного романа, каждый год попадал в тройку самых популярных писателей. «Такие фильмы смотрят скорее потому, что доверяют автору и первоисточнику», — заключает госпожа Гаврицкая. → 16

15 → «В „ЛитРес“ популярность книг, лежащих в основе сериалов, влияет как на рост выручки, так и на продажи в экземплярах,— подчеркивает госпожа Грааф.— На MyBook в период выхода сериала, как правило, резко возрастает количество добавлений книги в личный кабинет пользователя для последующего прочтения или прослушивания — примерно в шесть-семь раз, если сравнивать с неделей, предшествующей показу премьерной серии».

По ее словам, на «ЛитРес» количество проданных экземпляров романа «Зулейха открывает глаза» с 13 по 22 апреля выросло на 83% по сравнению с таким

же отрезком времени до момента показа одноименного сериала. В MyBook за те же девять дней книга стала в семь раз популярнее, чем была ранее. Сериал «Эпидемия», ставший доступным на Netflix 7 октября прошлого года, за следующую неделю позволил книге «Вонгозеро. Эпидемия» увеличить свою популярность в восемь раз на сервисе MyBook по сравнению с неделей, предшествовавшей показу. На «ЛитРес» продажи романа выросли в семь раз. Аналогичный скачок популярности книги наблюдался в апреле 2020 года, в начале пандемии коронавируса.

Спрос на роман «Нормальные люди» за первые семь дней показа одноименного сериала — с 26 апреля по 3 мая прошлого года — вырос на MyBook более чем в 20 раз по сравнению с предшествующей неделей. Одной из самых популярных книг, на основе которых были сняты сериалы, на платформе «ЛитРес» в прошлом году стал цикл «Ведьмак». В период новогодних праздников произведение возглавило рейтинг сервиса по объему выручки от продаж.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ «Со временем тренд на повышение внимания к книге после выхода сериала с учетом роста попу-

лярности киносервисов будет только усиливаться, и экранизации в целом продолжат оставаться одним из основных драйверов продаж литературных произведений»,— говорит госпожа Грааф. В ближайший год она прогнозирует рост интереса к нескольким таким романам: тот же «Ведьмак», «Пищевая дорога», «Властелин колец» и «Девять совсем незнакомых людей». Госпожа Гаврицкая добавляет к этому списку книгу «Те, кто желает мне смерти», цикл о Муми-троллях в преддверии выхода биографического фильма о Туве Янссон и серию российских комиксов «Майор Гром». ■

ГОЛОСОВАЯ ЭЙФОРИЯ

ПЕРВОЕ ИНТЕРВЬЮ ОЛЕГА ТИНЬКОВА ПОСЛЕ ДОЛГОГО ПЕРЕРЫВА И ВОЗМОЖНОСТЬ ЗАДАТЬ ВОПРОСЫ ГЕРОИНЕ РЕЗОНАНСНОГО РАССЛЕДОВАНИЯ — ЭТО СМОГЛО ДАТЬ АУДИТОРИИ ПРИЛОЖЕНИЕ CLUBHOUSE, КОТОРОЕ СЕЙЧАС ОЦЕНИВАЮТ В СОТНИ МИЛЛИОНОВ ДОЛЛАРОВ. SR РАЗБИРАЛСЯ, ЧТО СТАЛО С АЖИОТАЖЕМ ВОКРУГ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ И СМОЖЕТ ЛИ ОНА СТАТЬ ВТОРЫМ ТИКТОК.

МАРИНА ЦАРЕВА

С начала февраля на Facebook начали массово появляться сообщения с просьбами выслать инвайт или предложением его получить. Тогда далеко не всем было понятно, что речь идет о новой социальной сети Clubhouse, которая получила моментальную популярность из-за одного твита Илона Маска, анонсировавшего там комнату со своим участием.

Социальную сеть запустили значительно раньше, чем она стала известной: весной 2020 года ее создали бывшие сотрудники Google и выпускники Стэнфорда — Пол Дэвисон и Роган Сэт. Уже к началу 2021 года приложение оценивалось в миллиард долларов. В России инвайты стали ходовым товаром на «Авито», после чего сервис запретил их продавать.

Clubhouse — это своеобразный гибрид голосовых сообщений и подкастов. Каждый пользователь в нем может создать открытую или закрытую комнату, где участники будут общаться только голосом. Можно быть пассивным слушателем, а можно «поднять руку» и получить шанс задать вопрос или поучаствовать в дискуссии, если модераторы комнаты «подняли» вас в спикеры.

Первыми пользователями Clubhouse были жители Кремниевой долины, поэтому предпринимательство и стартапы какое-то время были основными темами в голосовой сети. Но российский Clubhouse получил несколько иное развитие. Его основными участниками в первое время были эксперты, которые создавали комнаты по интересам и по большей части делились внутренними инсайтами отдельной профессии. Были и «молчаливые» комнаты для «людей с интересным био» — по описанию профиля в таких беседах искали единомышленников или просто тех, чей контакт мог бы пригодиться в будущем.

Эксперт по корпоративным коммуникациям, организатор петербургской PR-премии LOUD Ксения Тиханкина рассказывает, что в первое время ее мотивацией зарегистрироваться в Clubhouse была возможность пообщаться с известными предпринимателями или селебрити. «Вторым важным моментом была возмож-

ность быстро собрать аудиторию для своей группы или комнаты. Так как все было в новинку, то все добавлялись в друзья ко всем. Казалось, что там новые люди, новые возможности, поэтому была атмосфера открытости и поддержки»,— говорит она.

По результатам исследования Sensemakers и MindSmith, основу русскоязычной аудитории Clubhouse составили лидеры, руководители и предприниматели (62%). Главной причиной успеха приложения стала возможность послушать знаменитостей и людей, которые редко выступают на публике, подтверждаются слова госпожи Тиханкиной результаты опроса.

Наравне с экспертным контентом в соцсети стал развиваться жанр интервью. Например, первый за долгое время публичный разговор с Олегом Тиньковым состоялся именно в Clubhouse. Одной из самых популярных комнат в феврале там стала «Кто такой и зачем нужен...». У нее было около 15 модераторов, среди которых — блогеры Ксения Дукалис и Анатолий Капустин. В комнате регулярно проводили эфиры, где разговаривали с известными людьми из разных сфер: Анастасией Ивлеевой, Александром Цыпкиным, Даней Милохиным, Леонидом Парфеновым.

На пике популярности в российский Clubhouse пришли не только эксперты, устраивающие профильные дискуссии и занимающиеся нетворкингом. В середине февраля Луиза Розова, которую издание «Проект» называло третьей дочерью президента России Владимира Путина, вышла в Clubhouse со своими друзьями. Через некоторое время к ним подключился журналист Андрей Захаров — один из авторов вышедшего на «Проекте» расследования — и взял у Луизы Розовой короткое интервью, состоящее из четырех вопросов, после чего журналиста удалили из комнаты. Формат беседы и сам факт ее существования стали возможны лишь благодаря Clubhouse: сложно представить обстоятельства, в которых Андрей Захаров смог бы задать девушке такие же вопросы.

Учитывая динамичное развитие новой соцсети, бизнес в России сориентировал-

ся довольно быстро. «Clubhouse является прежде всего отличным PR-инструментом. Это связано с тем, что на этапе старта продукт на своей платформе собрал наибольшее количество представителей IT и медиаиндустрии. По той же причине, помимо традиционного пиара, Clubhouse активно использовался для прокачки HR-бренда: хедхантеры до сих пор отслеживают комнаты, которые потенциально могут привлечь востребованных на рынке специалистов»,— говорит эксперт в области монетизации и развития digital-медиа Екатерина Ковалева.

По разным данным, стоимость создания и модерирования комнаты в Clubhouse может достигать нескольких сотен тысяч рублей. «Некоторые PR-агентства организовывали комнаты, которые были частью кампаний по формированию личного бренда конкретных топ-менеджеров и предпринимателей. Несмотря на то, что в абсолютных цифрах охват не очень большой, на данный момент аудитория Clubhouse максимально заряженная и показывает отличную вовлеченность»,— отмечает госпожа Ковалева.— По моим данным, стоимость организации подобных комнат может составлять 200–500 тыс. рублей».

Активно выходить на платформу стали и крупные игроки. «Эксперты Банка России использовали ее для обсуждения аспектов внедрения цифрового рубля, „Сбер“ провел онлайн-собеседование с кандидатами на должность пиарщика, а авиакомпания S7 даже организовала комнату для скучающих по путешествиям — с гулом двигателей самолета и пилотом в числе спикеров,— вспоминает управляющий партнер MindSmith Руслан Юсуфов.— Со временем в Clubhouse пришли и деньги компаний: в марте Askona подписала контракт на генеральное спонсорство комнаты Clubhouse Night Show, разыгрывая сертификаты на товары бренда ежедневно на 25 тыс. рублей и еженедельно — на 250 тыс., а отдельные компании платили блогерам и ведущим от 30 до 300 тыс. рублей за час модерирования комнаты».

В разговоре с SR многие эксперты отмечали разницу между зарубежной и

русской аудиторией популярного приложения. «Если в американских комнатах больше говорят про экспертизу, инструменты, про поиски решения, то у нас это чаще похоже на ярмарку тщеславия. В большей степени эта соцсеть была воспринята как возможность продвигать себя, личный бренд, бренд компании, а не как продвижение экспертизы и знаний ученых и программистов. Ну и ученые у нас особенно не выходят „в свет“, за них в основном это делают отделы продвижений. Это отдельный вопрос, почему у нас так много фотографов, дизайнеров, интернет-маркетологов, астрологов и психологов, но при этом качественный паблик крутого ученого или толковый Instagram программиста не найти»,— делится наблюдениями Ксения Тиханкина.

Очередной всплеск популярности Clubhouse большинство экспертов прогнозирует на момент, когда он станет доступен для загрузки на Android: аудитория приложения может вырасти на 40%. «Но к тому времени многие „старожилы“ уже перестанут активно генерить классический аудиоконтент и станут более оригинальными, начнут осваивать новые жанры. Уже сейчас видно, как меняется характер наиболее востребованной у слушателей информации — от информационного к дискуссионному, от доминирования эксперта в пользу пользовательского контента: кейсы, вопросы, боли, страхи, опыт»,— прогнозирует Олег Неворотов, сооснователь и CEO Upmarket, агентства по управлению продажами на маркетплейсах Wildberries, Ozon, «Яндекс.Маркет». Чтобы привлечь внимание к себе и своему бренду в Clubhouse, говорит он, бизнесу уже сейчас нужно устраивать интересные для пользователей коллаборации, делиться лайфхаками и скидками со слушателями, анонсировать серии выступлений, формировать собственные новостные дайджесты в рамках своей отрасли, устраивать викторины, аудиобаттлы с оппонентами, выводить в эфир репортажи с мероприятий: будущее — за интерактивными форматами взаимодействия с аудиторией. ■

ПРЕНИЯ ПО ТРЕНДУ «ЧТО ДЕЛАТЬ ЕСЛИ ВЫ СЛУЧАЙНО УБИЛИ ЧЕЛОВЕКА?» — ТАК НАЧИНАЕТСЯ САМОЕ ПОПУЛЯРНОЕ ВИДЕО ПОД ХЕШТЕГОМ «АДВОКАТ» В ТІКТОК. ВСЕГО У РОЛИКОВ С НИМ — БОЛЕЕ 258 МЛН ПРОСМОТРОВ, А УПРОЩЕННАЯ ИНСТРУКЦИЯ ПО ПЕРЕКВАЛИФИКАЦИИ СТ. 105 УК РФ (УБИЙСТВО) НА СТ. 109 УК РФ (ПРИЧИНЕНИЕ СМЕРТИ ПО НЕОСТОРОЖНОСТИ) СОБРАЛА ПОЧТИ 800 ТЫС. ЛАЙКОВ И 4,6 МЛН ПРОСМОТРОВ. КОРРЕСПОНДЕНТ SR МАРИНА ЦАРЕВА ВМЕСТЕ С ЮРИСТАМИ И ПИАРЩИКАМИ РАЗБИРАЛАСЬ В ТОНКОСТЯХ МЕТОДОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ЮРУСЛУГ И ИСКАЛА ИДЕАЛЬНОЕ СООТНОШЕНИЕ МЕЖДУ ТРАДИЦИЯМИ И КРЕАТИВНОМ.

Совет по переквалификации — одно из первых видео адвоката Елены Сениной в ее аккаунте в TikTok. Она далеко не единственный российский юрист, у кого есть страница в этой социальной сети. Управляющий партнер юридической фирмы «Юстерс», адвокат Алексей Сиренко ведет TikTok с августа прошлого года, за это время на него подписалось 250 тыс. человек. По словам господина Сиренко, в соцсети он оказался случайно. «Гулял с дочкой и наткнулся на молодых тиктокеров, которые попросили нас сняться в массовке их ролика. Я согласился, и они рассказали мне про TikTok, подали идею о том, что через пару лет эта платформа будет популярнее Instagram, и предложили свою помощь на старте. В то время я не очень понимал, зачем мне это нужно, но было интересно попробовать», — рассказывает господин Сиренко. — Я не ставил целей привлечения клиентов на этой платформе, скорее мне была интересна творческая самореализация в уникальном формате. Рассказать за 30 секунд понятным ребенку языком юридические тонкости — для меня профессиональный вызов».

По словам адвоката, первые шаги сопровождалась насмешками коллег за спиной: «Для многих „классических“ российских юристов TikTok имеет сомнительную репутацию. Но глядя на уважаемых коллег-миллионников из США и Европы, которые вещают юрнаушпоп с невероятными спецэффектами, я успокаивался и понимал, что за этим будущее мировой массовой коммуникации и образовательного контента». Клиенты из TikTok, по словам адвоката, к нему не пришли, однако и цели продавать что-то на этой платформе у него не было. «С точки зрения бизнеса это неинтересно для меня», — говорит Алексей Сиренко, добавляя, что из соцсети идет стабильный поток запросов на бесплатную юридическую помощь, а платных консультаций клиентов за все время было несколько.

В бюро адвокатов «Де-юре» тоже основательно подошли к выходу на новую площадку: в 2019 году провели маркетинговое исследование и выяснили, что на тот момент в русскоязычном сегменте юристов почти не было. Это побудило компанию на эксперимент. «На протяжении нескольких месяцев мы готовили и публиковали контент, примерно по два-три ролика в неделю, и это позволило буквально за три-четыре месяца набрать свыше 20 тыс. „живых“, активных подписчиков и более полумиллиона просмотров», — рассказывает заведующий бюро Никита Филиппов. Однако пришедшая популярность юристов не устроила, поскольку аудитория



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО
ДЛЯ МНОГИХ СЕРЬЕЗНОСТЬ ПРОФЕССИИ ПРАВООЩИТНИКА НЕ БЬЕТСЯ С ЛЕГКИМ ХАРАКТЕРОМ СОЦСЕТИ И ЕЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

была не та. «Меня стали узнавать рабочие на стройке, мои дети говорили, что их друзьям был интересен тот или иной ролик, но ни один из действующих или потенциальных клиентов бюро не подписался на мой аккаунт, более того, многие даже не слышали о такой социальной сети», — делится адвокат, отмечая, что, возможно, через какое-то время бюро вновь вернется к такому виду продвижения.

Несмотря на то, что отдельные видео о правовых проблемах и юридических лайфах набирают огромное количество просмотров, не все эксперты считают это приемлемым. TikTok воспринимается исключительно как развлекательный канал, а аудитория там слишком молодая, неработающая или же просто не имеет серьезных юридических проблем из-за возраста. «Относиться серьезно к информации из данного источника, по моему мнению, мало кто станет. Эта социальная сеть для продвижения юридических услуг на рынке практически бесполезна. Использовать TikTok для имиджевой истории полагаю совсем неразумным», — категоричен глава юридической компании «ЮрИнвестКонсалтинг» адвокат Евгений Макеев.

Часть юристов для продвижения готова использовать исключительно рекомендации или сарафанное радио. Генеральный директор консалтинговой компании «Астахов, Хорошев, Зайнуллин и партнеры» Сергей Зайнуллин считает, что активность в условном тиктоке может негативно отразиться на имидже, поскольку потенциальные клиенты посчитают юриста несерьезным. Для клиентов в сфере корпоративного и антимонопольного права, государственных закупок, судебных споров и комплексного обслуживания компаний господин Зайнуллин предпочитает традиционный подход: «Такие клиенты консервативны, они выступают за лич-

ное общение, рекомендации партнеров, серьезные деловые издания, а из интернет-площадок делают выбор в пользу профессиональных форумов». В дополнение к рекомендациям могут работать и другие консервативные методы продвижения, добавляет господин Зайнуллин. Среди них он называет социальный нетворкинг — общение на профессиональных мероприятиях, общественную и благотворительную деятельность, сотрудничество с деловыми изданиями или выпуск тематических монографий.

Ведение лично-деловой страницы на Facebook с рассказом о текущих делах и фотографиями из судов уже стало классикой для юридического сообщества, но, как убеждали SR некоторые PR-специалисты, даже этот вид коммуникаций приемлем не для всех. Некоторые эксперты склонны думать, что к ограничению поля для креативности приводит не только консервативность клиентов. «Закон и Кодекс профессиональной этики (КПЭА) накладывают на адвоката ограничения в рекламе своих услуг. Закон предписывает обязанность по сохранению адвокатской тайны, к которой относится вся информация по делу, начиная с факта обращения за помощью, даже если она не была оказана. Следовательно, адвокат не может без согласия доверителя рассказывать о конкретных делах, размещать ссылки на судебные решения. Адвокат не может сравнивать себя с другими адвокатами, критиковать коллег, вводить каким-либо образом потенциальных доверителей в заблуждение или вызывать у них безосновательные надежды», — перечисляет ограничения адвокат АК BonaFides Виктория Бессонова.

PR-директор площадки по финансированию судебных споров Platforma Нина Данилина уверена, что наиболее эффективно работает микс традиционных и креативных методов продвижения. Такую тактику, по ее словам, чаще используют средние и маленькие юрфирмы: «Крупные российские юридические компании консервативны и традиционно отдают предпочтение участию в рейтингах, мероприятиях и работе со СМИ, игнорируя новые каналы продвижения и блогеров». По опыту Platforma, работа с блогерами приносит хорошие результаты: «Например, коллаборация с блогером по одному спору принесла нам трафик более 35 тыс. уникалов в месяц и более 120 заявок на судебное финансирование. Мы дали новость о громком иске не только в СМИ, но и привлекли блогеров для расширения охвата. Это оказалось выгодно всем: истцам (дело получило большой резонанс), СМИ (они получили трафик от блогеров — бо-

лее 200 тыс. прочтений), блогерам (они получили возможность поучаствовать в резонансном деле и упоминания в СМИ)». Среди других недооцененных площадок Нина Данилина называет LinkedIn, а также группы и сообщества в Facebook.

Часть опрошенных SR юристов высказалась за продвижение в YouTube, поскольку он примерно так же консервативен, как Facebook, и позволяет подробно описать кейсы, рассказать о преимуществе услуг и команды. Например, совладелец юрфирмы Urvisa Светлана Петропольская рассказывает, что они получают большое количество клиентов с этой площадки.

В любом случае, общение с клиентами через социальные сети — это постоянная проверка гипотез, говорит директор по развитию юридической компании «Лемчик, Крупский и партнеры» Сергей Андреев. «Многое зависит не только от самой площадки, но и от материала, его подачи, — замечает он. — Однозначно не стоит быть крайне консервативным, ведь любой клиент потребляет огромный массив информации и идеальной формы подачи не существует. Одним удобен чек-лист в формате инфографики, другим часовой видеоразбор, третьи предпочитают аудиоконтент. Модный, но уже угасающий Clubhouse также нашел свою аудиторию, став площадкой профессионалов для профессионалов». По наблюдениям господина Андреева, в юридической сфере клиентского эффекта от этой площадки не произошло, но она идеально подошла для обсуждения развития юридического бизнеса, сотрудничества между партнерами компаний: «Молодые юристы нашли там быстрый доступ к лидерам мнений и внимание к себе от потенциальных работодателей. Юристы имели возможность в открытом диалоге задавать вопросы, а партнеры, ознакомившись с профилем первых, пригласить интересного кадра в свою команду. Clubhouse стал идеальной площадкой для продвижения личного бренда».

Впрочем, в любой стратегии продвижения есть место случайности. Например, к адвокату юридической фирмы «Левант и партнеры» Максимилиану Бурову, специализирующемуся на делах по киднеппингу, популярность пришла после избития у здания Черемушкинского районного суда Москвы в 2016 году. «В семейных делах весьма актуален кризис лояльности представителей. Как только другие мамы узнали через Facebook и Instagram, что я продолжил вести дело своей доверительницы, несмотря на физическую опасность, количество обращений возросло в разы», — делится он. ■

СТАВКА НА ДОСТАВКУ

РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ПЕТЕРБУРГА НАИБОЛЕЕ ОСТРО ИСПЫТАЛ ВЛИЯНИЕ КОРОНАВИРУСНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ. РЕСТОРАНАМ СПЕРВА ПРИШЛОСЬ СРОЧНО ПЕРЕОРИЕНТИРОВАТЬСЯ НА ДОСТАВКУ, А ЗАТЕМ ЗАЧАСТУЮ — ПЕРЕСМАТРИВАТЬ МЕНЮ. ВПРОЧЕМ, ОТМЕЧАЮТ УЧАСТНИКИ РЫНКА, БОЛЬШИНСТВО ЗАВЕДЕНИЙ СОХРАНИЛОСЬ, А ПАНДЕМИЯ УСКОРИЛА РОСТ СЕГМЕНТА DARK KITCHEN. ДМИТРИЙ МАТВЕЕВ

Во время локдауна на ресторанном рынке произошла настоящая перезагрузка. «Все форматы общепита понесли потери и убытки. Сильнее всего ограничения коснулись фуд-кортов и фуд-моллов, ресторанов при отелях. В плюсе остались форматы готовой еды, с четкой отработанной доставкой», — вспоминает управляющий рестораном Kuznyakhouse Павел Чернышов, подчеркивая, что команды, которые оказались гибкими и готовыми к переменам, быстро адаптировались, придумали новые решения и постоянно предлагали гостям что-то новое.

Рестораны, у которых была налажена доставка и отстроены онлайн-каналы продвижения, смогли пережить месяцы карантина с меньшими потерями, согласен операционный директор сервиса Catergy Андрей Черепанов. Несмотря на стабилизацию ситуации, онлайн-каналы останутся важной частью рынка общественного питания, полагает он.

Как ни парадоксально, большинство ресторанов успешно пережили пандемию, указывает основатель и шеф-консультант проекта Kitchen Industries Сергей Малевич. Некоторым из них помогли лояльность аудитории и быстрый переход на доставку, другим — дополнительные вливания от инвесторов, но по-настоящему громких закрытий с распродажей имущества в Петербурге, за парой исключений, не случилось.

«В результате мы имеем много новых меню, больше подходящих для доставки, и выход ресторанов в ритейл, как ресторан Bilbao, который в начале эпидемии начал сотрудничество со «Вкусвиллом», — приводит пример господин Малевич. — Основной удар пришелся по крупным заведениям, которым нужен постоянный поток гостей. Большой ресторан — это высокие арендные ставки, штат поваров и официантов, меню на несколько десятков страниц, которое не должно вставать «на стоп», значит, нужно постоянно заказывать продукты. С исчезновением туристического потока такие места просто не смогли найти новую аудиторию, которая должна быть гораздо больше, чем у маленького заведения «на районе».

Закрылись рестораны без внятной концепции, которые все равно бы существовали недолго, а из-за пандемии развязка наступила гораздо быстрее, полагает господин Малевич. Также прошла мода на рестопабы, стали открываться маленькие проекты с низкой себестоимостью и, соответственно, отпускной ценой. Большинство открывшихся — в спальных районах, с понятной и простой едой, ориентированной на жителей домов, которым проще будет спуститься вниз и поесть, чем купить продукты и готовить.

ПЬЯНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ Руководитель подкомитета по ресторанному бизнесу петербургского отделения «Деловой Рос-



ГИБКОСТЬ СЕРВИСА СТАЛА ДЛЯ РЕСТОРАНОВ СПОСОБОМ СОХРАНИТЬ ЛОЯЛЬНОСТЬ ПОСЕТИТЕЛЕЙ. В МОМЕНТ ЗАПРЕТА НА ПОСЕЩЕНИЕ ЗАВЕДЕНИЙ «УПАКОВЫВАТЬ» НАЧАЛИ ДАЖЕ ТЕ, ЧЬЕ МЕНЮ НЕ ПОДРАЗУМЕВАЛО БЛЮД НАВЫНОС

сии» Александр Романенко добавляет, что за время пандемии сильно пострадали заведения, ориентированные на ночные и вечерние посещения. При этом «выигрышных» форматов за это время не появилось, а изменение концепций происходило в силу того, что владельцы пытались компенсировать потерянную выручку расширением предложения для привлечения новых категорий гостей.

Ресторанный рынок кидало из крайности в крайность. «Мы были и в закрытом режиме, когда была разрешена только вечерняя посадка, и в полном локдауне, когда все остальные регионы работали хотя бы вечером, а нам не давали этого делать. Затем стали одними из первых, кому разрешили проводить мероприятия, хоть и небольшие, — вспоминает основатель сети Nebar и «Руки Вверх Бар» Павел Чесноков. — Это скитание из «холодного в горячее» повлияло на всех. Основной минус — не все выдержали этот темп с резкими перепадами, прежде всего потому что не у каждого заведения была достаточная подушка безопасности, как у больших компаний, в том числе и у нас, поэтому рынок сдулся и остались только самые сильные игроки».

Больше же всего пострадали небольшие закусочные и маленькие атмосферные бары, которые собирали небольшое количество людей из-за скромной площади, уточняет господин Чесноков. По его словам, сейчас востребованы мультиформатные заведения, где есть и танцпол, и караоке, и отдельный бар-лаундж, где можно просто посидеть.

В видении сооснователя и CEO компании по автоматизации кафе, баров и ресторанов Poster Родиона Ерощка, просели рестораны, бары и кальянные, атмосферу которых сложно «упаковать» под доставку. «Лучше всего себя сейчас чувствуют фастфуд, кофейни и заведения, сумевшие наладить процессы собственной доставки. На фоне пандемии рынок общепита заметно отфильтровался. Остались те концепции, которые научились адаптироваться и меняться, заведения с хорошо выстроенными процессами, более высокой маржинальностью», — описывает он.

«В период первой волны возникла резкая турбулентность, многие рестораны не сразу смогли адаптироваться к новым реалиям, а их гости не знали, поужинают ли они завтра в любимом ресторане или надо искать альтернативу в виде доставки еды на дом», — говорит Елена Гребенник, руководитель направления внешних коммуникаций DoEco (производитель упаковок в сегменте HoReCa).

Компания одной из первых почувствовала изменения на рынке доставки Северной столицы. Для небольших заведений развозка заказов оставалась единственным шансом на выживание, и спасательным кругом для них стали платформы-агрегаторы этих услуг. «Сейчас формат dark kitchen выглядит абсолютно живой формулой, и растущее количество сервисов по доставке еды говорит о том, что рынок гибкий, он развивается и есть спрос на доставку», — подчеркивает эксперт.

ЗАВИСИТ ОТ ПОГОДЫ Сергей Малевич верит, что пандемия побудила рестораны более осознанно подходить к издержкам и выстраивать понятные концепции: сейчас недостаточно просто открыться и пираться, в отсутствие иностранцев нужно продумывать ценовую политику и закладывать подушку безопасности.

Переоценить важность туристов для ресторанного рынка города сложно. «Мы очень ждем снятия всех ограничений, чтобы гости города приехали, увидели все красоты и к нам заглянули. Делаем на это небольшую ставку», — констатирует Павел Чесноков.

По словам руководителя департамента развития «Сабвэй Россия» Олега Протопопова, заведения, ориентированные на иностранцев, пострадали в пандемию больше всего, наряду с ресторанами большой площади и фуд-кортами (при этом увеличилась выручка ресторанов в спальных районах). «Также можно отметить уход с рынка нескольких концепций, ориентированных на средний класс. При этом увеличивается доля заведений, работающих в премиум- и эконом-сегментах, что является отражением происходящих в экономике изменений. Этот тренд сохранится в текущем году. Продолжат экспансию и международные сети фастфуда», — прогнозирует господин Протопопов.

Родион Ерощек видит возможным уменьшение ресторанных форматов, обращая внимание на то, что подобная ситуация уже наблюдалась в 2014–2015 годах, когда на смену большим ресторанам начали приходить более демократичные и начался бум кофейного бизнеса в России.

«Другое направление, в котором будет развиваться рынок, — диверсификация. Рестораны осваивают новые форматы: к примеру, разрабатывают отдельные меню для доставки или пробуют себя в b2b-сегменте рынка», — добавляет Андрей Черепанов.

Это вполне логично, учитывая, что многие посетители достаточно долго будут сохранять опасения относительно риска заражения в общественных местах. При этом, считает Александр Романенко, восстановление в ресторанах потока гостей возрастом старше 45 лет будет происходить гораздо дольше, чем более молодой аудитории.

Однако со стопроцентной вероятностью сказать, что будет на ресторанном рынке дальше, никто не может. «Будем жить по „принципу зонтика“: выходишь на улицу, видишь, что идет дождик, берешь с собой зонт. Видишь солнце — надеваешь очки. Погода диктует выбор одежды. Так же и у нас: какие новшества и ограничения спускают от Роспотребнадзора и правительства, так мы и работаем», — подводит итог господин Чесноков. — Лично у нас амбициозные планы по завоеванию Петербурга и всей России». ■

«СПРОС НА ПОДДЕРЖКУ ФОНДА ИМЕЕТ ТЕНДЕНЦИЮ К РОСТУ»

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС, В ОТЛИЧИЕ ОТ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ, ЗАЧАСТУЮ НЕ ИМЕЮЩИЙ ПОДУШКИ БЕЗОПАСНОСТИ, ОКАЗАЛСЯ НАИБОЛЕЕ ПОДВЕРЖЕН ВЛИЯНИЮ СВЯЗАННЫХ С РАСПРОСТРАНЕНИЕМ COVID-19 ОГРАНИЧЕНИЙ. ДЛЯ СМЯГЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ НАГРУЗКИ НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ РАБОТАЮЩИЙ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ ГОРОДА ФОНД СОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТАМ МСБ ВВЕЛ ЛЬГОТНЫЙ ПЕРИОД ПО ПОГАШЕНИЮ ОСНОВНОГО ДОЛГА И ПРОЦЕНТОВ ПО ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫМ ИМ ЗАЙМАМ. О НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫХ ИНСТРУМЕНТАХ ПОДДЕРЖКИ И РЕЗУЛЬТАТАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В 2020 ГОДУ РАССКАЗАЛА ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «ФОНД СОДЕЙСТВИЯ КРЕДИТОВАНИЮ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА, МИКРОКРЕДИТНАЯ КОМПАНИЯ» АЛЕКСАНДРА ПИТКЯНЕН. ДМИТРИЙ МАТВЕЕВ

SOCIAL REPORT: Каков общий размер поддержки субъектам малого и среднего бизнеса (МСБ), предоставленный вашей организацией за 2020 год?

АЛЕКСАНДРА ПИТКЯНЕН: В 2020 году действовали программы поддержки, реализуемые фондом на постоянной основе: предоставление поручительств по кредитам, банковским гарантиям, лизингу и программам микрофинансирования. В рамках программы предоставления поручительств в прошлом году с предпринимателями было заключено 318 договоров на общую сумму 4,7 млрд рублей, которые обеспечили малый и средний бизнес кредитными ресурсами более чем на 12,3 млрд рублей. По программе микрофинансирования фонд выдал 168 займов с залоговым обеспечением на сумму 574 млн рублей.

Кроме того, основная программа микрофинансирования — займы с залоговым обеспечением — была дополнена программами по предоставлению субъектам малого и среднего предпринимательства займов без залогового обеспечения на выплату заработной платы сотрудникам и возобновление деятельности. По этим программам в фонд поступило около 600 заявок, выдано 562 займа на общую сумму 2 млрд рублей, что позволило поддержать более 12,5 тыс. рабочих мест в секторе малого и среднего бизнеса.

SR: Были ли среди этих инструментов наиболее востребованные?

А. П.: В условиях пандемии наиболее актуальными и востребованными стали дополнительные программы, разработанные фондом, в частности, предоставление беззалоговых займов на выплату заработной платы и возобновление деятельности в целях сохранения занятости. Изначально такие займы предоставлялись организациям, вошедшим в утвержденный правительством РФ перечень пострадавших отраслей, позднее список расширился. В него также вошли производственные компании, организации сфер услуг и образования.

SR: Субъекты МСБ из каких сфер чаще обращались за поддержкой?

А. П.: К нам обращались за поддержкой предприниматели, старающиеся сохранить и развить свой бизнес в условиях ухудшения экономической ситуации в свя-



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

зи с распространением коронавирусной инфекции. Среди них — субъекты МСБ, деятельность которых была включена в перечень особо пострадавших от ограничительных мер отраслей экономики, а также производственные, транспортные и торговые компании, предприятия сфер услуг, туризма и общественного питания.

SR: Много ли критериев предъявлялось к представителям МСБ для предоставления того или иного вида поддержки?

А. П.: По программе предоставления поручительств фондом установлены следующие критерии: регистрация субъекта малого и среднего бизнеса на территории Санкт-Петербурга и ведение хозяйственной деятельности не менее трех месяцев, отсутствие задолженностей перед бюджетом. Обязательное условие — наличие собственного обеспечения в размере не менее 30% от кредита для научно-техни-

ческих, производственных, инновационных предприятий и предприятий сферы услуг, а также не менее 50% при предоставлении поручительства по банковским гарантиям.

По программе микрофинансирования с залоговым обеспечением обязательными требованиями к заемщикам также являлись наличие регистрации на территории Санкт-Петербурга и ведение хозяйственной деятельности не менее трех месяцев, отсутствие задолженности по налогам, сборам и иным обязательным платежам в бюджет и положительная деловая репутация. Займы фонда предоставлялись на условиях полной обеспеченности, в качестве обеспечения в залог принимались объекты недвижимого имущества, транспортные средства, спецтехника и оборудование. Что касается программы микрофинансирования без залогового

обеспечения, то критерии отбора заемщика следующие: регистрация на территории Петербурга и ведение хозяйственной деятельности не менее 12 месяцев, отсутствие задолженности по налогам, сборам и иным обязательным платежам в бюджет. Обязательным условием при предоставлении займа без залога являлось наличие QR-кода, присвоенного по результатам проверки сведений на соответствие Стандарту безопасной деятельности организаций, в том числе санитарно-гигиенической безопасности в целях противодействия распространению в Санкт-Петербурге COVID-19 в соответствии с постановлением правительства Петербурга.

Также одним из обязательных условий была выплата среднемесячной заработной платы в расчете на одного сотрудника в размере не менее одного МРОТ, установленного в Петербурге.

SR: Каков процент дефолтов по займам, выданным субъектам МСБ в наиболее острый период коронавирусных ограничений?

А. П.: В период пандемии был предусмотрен льготный период по погашению основного долга и процентов по займам фонда от 6 до 12 месяцев. Данная практика позволила смягчить финансовую нагрузку на предпринимателей и избежать дефолтов по программам предоставления беззалоговых займов.

SR: Будет ли в текущем году повышаться спрос на поддержку со стороны фонда? С одной стороны, экономика демонстрирует слабые, но признаки восстановления, с другой — ситуация по-прежнему не очень благоприятна для развития малого и среднего бизнеса.

А. П.: Спрос на поддержку фонда имеет тенденцию к росту на протяжении всей деятельности организации. Предприниматели привлекают дополнительное финансирование в виде займов не только на возобновление деятельности и сохранение штата сотрудников, но и на развитие бизнеса, без которого невозможно удерживать позиции на конкурентном рынке. Кроме того, они традиционно выбирают поручительство фонда как эффективный и надежный вид обеспечения по кредитам, банковским гарантиям. ■

САМЫЕ ЦИТИРУЕМЫЕ РУКОВОДИТЕЛИ БИЗНЕСА

МЕСТО	ДОЛЖНОСТЬ	ФИО	«КОММЕРСАНТЪ»	«ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГ»	РБК	«ФОНТАНКА»	ВСЕГО
1	ДИРЕКТОР ДЕПАРТАМЕНТА РАЗВИТИЯ ГК «ПСК»	СЕРГЕЙ МОХНАРЬ	6	40	19	62	127
2	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ГРУППЫ «АКВИЛОН»	ВИТАЛИЙ КОРОБОВ	46	22	1	14	83
3	ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ «ОЙКУМЕНА»	РОМАН МИРОШНИКОВ	58	17	1	0	76
4	УПРАВЛЯЮЩИЙ СЕРВИСОМ ПО ДОСТАВКЕ ПРОДУКТОВ ИЗ МАГАЗИНОВ IGODOODS	ГРИГОРИЙ КУНИС	18	8	30	8	64
5	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР УК «КВС»	СЕРГЕЙ ЯРОШЕНКО	1	23	1	20	45
6	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ФК «ЗЕНИТ»	АЛЕКСАНДР МЕДВЕДЕВ	25	0	7	12	44
7	СОВЛАДЕЛЕЦ РЕСТОРАНОВ «ЕВРАЗИЯ», РЕСТОРАННОГО ХОЛДИНГА SNE GROUP И СЕТИ КЛУБОВ FITNESS HOUSE	АЛЕКСЕЙ ФУРСОВ	2	4	15	19	40
8	КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР ГК DOCKLANDS DEVELOPMENT	ЕКАТЕРИНА ЗАПОРОЖЧЕНКО	14	17	4	2	37
8	СОВЛАДЕЛЕЦ И ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ГК «ЕВРОСТРОЙ»	ОКСАНА КРАВЦОВА	20	14	1	2	37
9	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «БОНАВА САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»	МАРИЯ ЧЕРНАЯ	10	22	1	0	33
10	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ СЕРВИС», ИНВЕСТОР ОТЕЛЯ INDIGO ST. PETERSBURG — TCHAIKOVSKOGO	ВИКТОРИЯ ШАМЛИКАШВИЛИ	3	0	21	8	32
10	СОВЛАДЕЛЕЦ И ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СЕТИ «ТЕРЕМОК»	ВИТАЛИЙ СВИДОВСКИЙ	4	0	13	15	32
10	ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА КОРПОРАЦИИ «ЛЕНРУССТРОЙ»	МАКСИМ ЖАБИН	9	2	6	15	32
11	ПРЕЗИДЕНТ ГРУППЫ RVI	ЭДУАРД ТИКТИНСКИЙ	17	0	6	8	31
12	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «КОМФОРТЕЛ»	ДМИТРИЙ ПЕТРОВ	4	4	21	1	30
13	ДО ОКТЯБРЯ 2020 ГОДА – УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР И СОВЛАДЕЛЕЦ КОМПАНИИ GLOMAX DEVELOPMENT, ПОСЛЕ ПРОДАЛ СВОЮ ДОЛЮ ПРЕЗИДЕНТУ КОМПАНИИ АНДРЕЮ БИРЖИНУ	ДМИТРИЙ КОНОВАЛОВ	16	4	0	9	29
14	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «КОРИС АССИСТАНС (САНКТ-ПЕТЕРБУРГ)»	ЛЕВ АВЕРБАХ	0	9	14	3	26
14	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ УПРАВЛЯЮЩИЙ И ВЛАДЕЛЕЦ ОТЕЛЯ «ГЕЛЬВЕЦИЯ»	ЮНИС ТЕЙМУРХАНЛЫ	8	0	13	5	26
15	СОВЛАДЕЛИЦА СЕТИ ГИПЕРМАРКЕТОВ «МАКСИДОМ»	МАРИЯ ЕВНЕВИЧ	3	0	5	16	24
16	СОВЛАДЕЛЕЦ И УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР ГК «220 ВОЛЬТ»	АЛЕКСЕЙ ФЕДОРОВ	10	6	7	0	23
16	ПАРТНЕР JENSEN GROUP, ДИРЕКТОР «ПАССАЖА»	ДМИТРИЙ АБРАМОВ	5	5	12	1	23
16	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ГК «ДОВЕРИЕ», ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СПБ РО «ДЕЛОВАЯ РОССИЯ»	ДМИТРИЙ ПАНОВ	4	4	14	1	23
16	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР НМЦ ИМЕНИ АЛМАЗОВА	ЕВГЕНИЙ ШЛЯХТО	1	2	13	7	23
16	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СЕТИ ДИЛЕРСКИХ ЦЕНТРОВ «АЛАРМ-МОТОРС»	РОМАН СЛУЦКИЙ	9	6	5	3	23
17	ВЛАДЕЛЕЦ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ПЕРВОЙ МЕБЕЛЬНОЙ ФАБРИКИ, ПРЕЗИДЕНТ АССОЦИАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕБЕЛЬНОЙ И ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ РОССИИ	АЛЕКСАНДР ШЕСТАКОВ	7	2	4	9	22
17	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АО «ЛЕНСТРОЙТРЕСТ»	ВАЛЕРИЯ МАЛЫШЕВА	7	0	5	10	22
18	ЗАВЕДУЮЩИЙ КАФЕДРОЙ ИНФЕКЦИОННЫХ БОЛЕЗНЕЙ И ЭПИДЕМИОЛОГИИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА, ДО ФЕВРАЛЯ 2020 ГОДА – ГЛАВНЫЙ ВРАЧ КИБ ИМЕНИ БОТКИНА	АЛЕКСЕЙ ЯКОВЛЕВ	1	0	5	15	21
19	ПРЕЗИДЕНТ СЕТИ ФИТНЕС-КЛУБОВ ALEX FITNESS	АЛЕКСЕЙ КОВАЛЕВ	0	10	6	4	20
19	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР УК «ТЕОРЕМА»	ИГОРЬ ВОДОПЬЯНОВ	2	8	0	10	20
19	ДИРЕКТОР ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭРМИТАЖА	МИХАИЛ ПИОТРОВСКИЙ	8	0	2	10	20
20	СОВЛАДЕЛЕЦ И ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СЕТИ СУПЕРМАРКЕТОВ «РЕАЛЬ»	АЛЕКСАНДР МЫШИНСКИЙ	2	0	5	12	19
20	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР УК «ФОРТ ГРУПП»	МАКСИМ ЛЕВЧЕНКО	0	2	8	9	19
21	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «РЕКСОФТ»	АЛЕКСАНДР ЕГОРОВ	5	8	4	1	18
21	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «ГЛАВСТРОЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»	АЛЕКСАНДР ЛЕЛИН	0	6	1	11	18
21	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «ВОЗДУШНЫЕ ВОРОТА СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ»	ЛЕОНИД СЕРГЕЕВ	3	4	8	3	18
21	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «БРОНКА ГРУПП»	НИКИТА МУРОВ	3	12	3	0	18
22	ПРЕЗИДЕНТ ГРУППЫ «ЭТАЛОН»	ГЕННАДИЙ ЩЕРБИНА	3	0	8	6	17
22	СТАРШИЙ ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ, УПРАВЛЯЮЩИЙ СЕВЕРО-ЗАПАДНЫМ ФИЛИАЛОМ БАНКА «ОТКРЫТИЕ»	МИХАИЛ ИОФФЕ	6	6	3	2	17
23	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР, ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ МАРИИНСКОГО ТЕАТРА	ВАЛЕРИЙ ГЕРГИЕВ	1	2	7	6	16
23	ИСПОЛНЯЮЩИЙ ОБЯЗАННОСТИ ДИРЕКТОРА НИИ ГРИППА ИМЕНИ СМОРОДИНЦЕВА	ДМИТРИЙ ЛИОЗНОВ	0	0	11	5	16
23	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ BIOSAD	ДМИТРИЙ МОРОЗОВ	7	2	6	1	16
23	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СЕТИ «ЛЭНД»	ОЛЕСЯ МАЛЦЕВА	3	5	5	3	16

ЦИФРЫ

МЕСТО	ДОЛЖНОСТЬ	ФИО	«КОММЕРСАНТЪ»	«ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГ»	РБК	«ФОНТАНКА»	ВСЕГО
24	ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО БАНКА ПАО «СБЕРБАНК»	ВИКТОР ВЕНТИМИЛЛА АЛОНСО	2	2	7	4	15
24	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СЕТИ «ЧАЙНИКОФФ»	МИХАИЛ ГУСЕЙНОВ	1	4	8	2	15
24	КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР СЕТИ «БУШЕ»	РОМАН ПЕВЗNER	2	2	7	4	15
24	СОВЛАДЕЛЕЦ ПИЦЦЕРИЙ «22 САНТИМЕТРА» В МОСКВЕ И ПЕТЕРБУРГЕ, СТЕЙК-ХАУСА RED.STEAK & WINE	ЭЛЬДАР КАБИРОВ	3	6	1	5	15
25	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «ГЕРОФАРМ»	ПЕТР РОДИОНОВ	2	2	4	6	14
26	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР EUROMED GROUP	АЛЕКСАНДР АБДИН	1	0	12	0	13
26	ДИРЕКТОР ФИЛИАЛА СПАО «ИНГОССТРАХ» В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ	ВЛАДИМИР ХРАБРЫХ	5	6	2	0	13
26	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ MELON FASHION GROUP	МИХАИЛ УРЖУМЦЕВ	2	0	7	4	13
27	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «МЕГАЛИТ — ОХТА ГРУПП»	АЛЕКСАНДР БРЕГА	3	8	0	1	12
27	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СТРАХОВОЙ ГРУППЫ «КАПИТАЛ-ПОЛИС»	АЛЕКСЕЙ КУЗНЕЦОВ	1	6	5	0	12
27	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР РОССИЙСКОГО АУКЦИОННОГО ДОМА	АНДРЕЙ СТЕПАНЕНКО	1	6	4	1	12
27	СОЗДАТЕЛЬ И ПАРТНЕР КОМПАНИИ «АГОРА. ГАСТРОУРБАНИСТИКА»	АРТЕМ БАЛАЕВ	1	8	3	0	12
27	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АО «ВЕРТЕКС»	ГЕОРГИЙ ПОБЕЛЯНСКИЙ	2	5	4	1	12
27	ОСНОВАТЕЛЬ СЕТИ «ВЕЛОДРАЙВ»	КИРИЛЛ ОСТАПЕНКО	0	0	7	5	12
27	СОВЛАДЕЛЕЦ ПЕТЕРБУРГСКОГО НЕФТЯНОГО ТЕРМИНАЛА	МИХАИЛ СКИГИН	1	2	4	5	12
27	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ GATSKINA GARDENS	НАТАЛЬЯ ОСЕТРОВА	7	4	0	1	12
27	РУКОВОДИТЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ РОСПОТРЕБНАДЗОРА ПО ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ, ГЛАВНЫЙ САНИТАРНЫЙ ВРАЧ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	ОЛЬГА ИСТОРИК	5	0	5	2	12
27	ДИРЕКТОР МАКРОРЕГИОНА «СЕВЕРО-ЗАПАД» TELE2	СЕРГЕЙ ТИМОШИН	1	0	8	3	12
28	СОВЛАДЕЛЕЦ АВТОПАРКА №1 «СПЕКТРАНС» И ПОЛИГОНА ТВЕРДЫХ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ «НОВЫЙ СВЕТ — ЭКО»	АНАТОЛИЙ ЯЗЕВ	1	6	1	3	11
28	ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ГК «БЕСТЬ»	АНДРЕЙ ЛУШНИКОВ	2	2	4	3	11
28	ДО ДЕКАБРЯ 2020 ГОДА – КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР НТФФ «ПОЛИСАН», СЕЙЧАС – ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ	ДМИТРИЙ БОРИСОВ	0	4	0	7	11
28	СОВЛАДЕЛЕЦ SETL GROUP	ИЛЬЯ ЕРЕМЕНКО	1	4	1	5	11
28	ДИРЕКТОР ФИЛИАЛА МТС В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	ПАВЕЛ КОРОТИН	1	0	9	1	11
28	ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ХОЛДИНГА РСТИ	ФЕДОР ТУРКИН	1	2	0	8	11
29	РЕКТОР УНИВЕРСИТЕТА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, МЕХАНИКИ И ОПТИКИ	ВЛАДИМИР ВАСИЛЬЕВ	1	2	1	6	10
29	ПРЕЗИДЕНТ КОРПОРАЦИИ RMI	ЕВГЕНИЙ ФИНКЕЛЬШТЕЙН	5	0	2	3	10
29	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «КЕЛЕАНЗ МЕДИКАЛ»	ЕЛЕНА КИРИЛЕНКО	5	2	0	3	10
29	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «ЭКСПОФОРУМ-ИНТЕРНЭШНЛ», ПРЕЗИДЕНТ СОЮЗА ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК	СЕРГЕЙ ВОРОНКОВ	5	4	0	1	10
29	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «ГАЗПРОМ МЕЖРЕГИОНГАЗ»	СЕРГЕЙ ГУСОВ	2	2	5	1	10
29	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ПАРОМНОГО ОПЕРАТОРА MOVU SPL	СЕРГЕЙ КОТЕНЕВ	1	9	0	0	10
29	УПРАВЛЯЮЩИЙ АВТОХОЛДИНГА «ОАК-РРТ»	СЕРГЕЙ НОВОСЕЛЬСКИЙ	7	0	1	2	10
29	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «ГОРОД-СПУТНИК ЮЖНЫЙ» И УК «СТАРТ ДЕВЕЛОПМЕНТ»	СЕРГЕЙ ХРОМОВ	3	7	0	0	10
30	ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ГК «КОРУС КОНСАЛТИНГ»	АЛЕКСАНДР СЕМЕНОВ	3	6	0	0	9
30	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ВЫБОРГСКОГО СУДОСТРОИТЕЛЬНОГО ЗАВОДА	АЛЕКСАНДР СОЛОВЬЕВ	3	2	4	0	9
30	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «ДАЛЬПИТЕРСТРОЙ»	АРКАДИЙ СКОРОВ	2	0	0	7	9
30	ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ МЕДИЦИНСКОГО ИНСТИТУТА ИМЕНИ БЕРЕЗИНА СЕРГЕЯ (МИБС)	АРКАДИЙ СТОЛПНЕР	3	2	4	0	9
30	ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ АЛЕКСАНДРИНСКОГО ТЕАТРА	ВАЛЕРИЙ ФОКИН	2	0	1	6	9
30	РУКОВОДИТЕЛЬ ХОЛДИНГА LEGENDA INTELLIGENT DEVELOPMENT	ВАСИЛИЙ СЕЛИВАНОВ	2	2	3	2	9
30	ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ МИХАЙЛОВСКОГО ТЕАТРА И НОВОСИБИРСКОГО ТЕАТРА ОПЕРЫ И БАЛЕТА	ВЛАДИМИР КЕХМАН	3	2	2	2	9
30	СОВЛАДЕЛЕЦ И КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР ПИСКАРЕВСКОГО МОЛОЧНОГО КОМБИНАТА	ГЕОРГИЙ ЖИТМАРЕВ	0	0	5	4	9
30	УПРАВЛЯЮЩИЙ ДИРЕКТОР СЕТИ БИЗНЕС-ЦЕНТРОВ «СЕНАТОР»	ДМИТРИЙ ЗОЛИН	0	4	5	0	9
30	РЕГИОНАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ПО РЕГИОНУ «СЕВЕР» ЛИЗИНГОВОЙ КОМПАНИИ CARCADE	ЕВГЕНИЙ КУРБАКИН	1	8	0	0	9

САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

МЕСТО	ДОЛЖНОСТЬ	ФИО	«КОММЕРСАНТЪ»	«ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГ»	РБК	«ФОНТАНКЪ»	ВСЕГО
30	главный редактор издания «СЕАНС», создательница центра для людей с аутизмом «АНТОН ТУТ РЯДОМ», режиссер	ЛЮБОВЬ АРКУС	3	2	1	3	9
30	главный врач госпиталя для ветеранов войн	МАКСИМ КАБАНОВ	1	0	4	4	9
30	глава управления Роспотребнадзора по Санкт-Петербургу, главный санитарный врач по Санкт-Петербургу	НАТАЛЬЯ БАШКЕТОВА	2	0	0	7	9
30	совладелец сети ирландских пабов Finnegan's и вьетнамских кафе Joly Woo	НИКОЛАЙ БЕЛОУСОВ	3	0	0	6	9
30	руководитель компании Л1	ПАВЕЛ АНДРЕЕВ	0	2	1	6	9
30	генеральный директор особой экономической зоны «Санкт-Петербург»	ТАМАРА РОНДАЛЕВА	8	0	1	0	9
30	до февраля 2021 года — исполнительный директор, управляющий филиалом ПАО «Банк „Уралсиб“» в Санкт-Петербурге	ТАТЬЯНА САВИНА	0	0	8	1	9
31	совладелец Skyrest Group	АЛЕКСАНДР ЗАТУЛИВЕТРОВ	0	0	5	3	8
31	управляющий филиалом АО «СМП Банк» в Санкт-Петербурге	АЛЕКСАНДР КОНЫШКОВ	0	6	1	1	8
31	межрегиональный директор Северо-Запада АО «ЗР-ТЕЛЕКОМ Холдинг»	АЛЕКСАНДР МОТРИЧ	4	2	1	1	8
31	генеральный директор Приморского универсально-перегрузочного комплекса, с июля 2020 года — генеральный директор Ленинградской областной электросетевой компании	АНДРЕЙ СИЗОВ	1	5	2	0	8
31	директор АО «Технопарк Санкт-Петербурга»	АНДРЕЙ СОКОЛОВ	0	4	4	0	8
31	владелец Pровка Family	АРАМ МНАЦАКАНОВ	0	0	3	5	8
31	директор Государственного музея-заповедника «Павловск»	ВЕРА ДЕМЕНТЬЕВА	0	8	0	0	8
31	президент торгового дома «Вимос»	ВЛАДИМИР ГУРЬЕВ	2	2	2	2	8
31	командор Яхт-клуба Санкт-Петербурга, создатель порта «Геркулес»	ВЛАДИМИР ЛЮБОМИРОВ	0	2	0	6	8
31	председатель совета директоров АО «Банк ПСКБ»	ВЛАДИМИР ПРИБЫТКИН	0	8	0	0	8
31	генеральный директор ПАО «Кировский завод»	ГЕОРГИЙ СЕМЕНЕНКО	2	4	1	1	8
31	руководитель направления по развитию розничного бизнеса макрорегиона «Запад» Райффайзенбанка	ДАРИНА ХОХЛУШИНА	2	0	6	0	8
31	член совета директоров корпорации «Русь»	ДМИТРИЙ МАЙОРОВ	0	0	8	0	8
31	генеральный директор ООО «Инвитро СПБ»	ЕЛЕНА ЧЕРНЕР	0	4	4	0	8
31	с июня 2020 года — исполняющий обязанности, а позже — генеральный директор завода «Северная верфь», до апреля 2020 года — губернатор Архангельской области	ИГОРЬ ОРЛОВ	3	0	4	1	8
31	декан юридического факультета Санкт-Петербургского государственного университета	СЕРГЕЙ БЕЛОВ	5	0	0	3	8
31	управляющий Петбургским филиалом АО «Альфа-Банк»	СЕРГЕЙ КУЛЬПИН	1	4	2	1	8
31	руководитель сегмента «Жилищное строительство, Россия» концерна Юит	ТЕЕМУ ХЕЛПОЛАЙНЕН	2	0	1	5	8
32	генеральный директор компании «Русхолтс»	АЛЕКСАНДР КУЗЬМИН	3	0	4	0	7
32	генеральный директор ГК «Росохрана»	АНДРЕЙ АФАНАСЬЕВ	0	4	0	3	7
32	совладелец, председатель правления ИК «Евроинвест»	АНДРЕЙ БЕРЕЗИН	1	2	0	4	7
32	художественный руководитель большого драматического театра имени Товстоногова	АНДРЕЙ МОГУЧИЙ	4	2	0	1	7
32	до января 2021 года — генеральный директор ПАО «Россети Ленэнерго», с января — генеральный директор ПАО «Россети»	АНДРЕЙ РЮМИН	3	2	2	0	7
32	генеральный директор отеля «Введенский»	АНДРЕЙ ТКАЧЕВ	5	0	0	2	7
32	с ноября 2020 года до марта 2021 года — генеральный директор компании «СПб Реновация» и ГК «Самолет»	АНТОН ЕЛИСТРАТОВ	2	4	1	0	7
32	сооснователь холдинга Ginza Project	ВАДИМ ЛАПИН	3	3	0	1	7
32	с марта 2020 года — главный врач КМБ имени Боткина	ДЕНИС ГУСЕВ	1	0	3	3	7
32	генеральный директор АО «Газпромнефть Восточно-Европейские проекты», председатель совета директоров ФК «Зенит» и член исполкома Российского футбольного союза	ЕЛЕНА ИЛЮХИНА	5	0	0	2	7
32	генеральный директор оптоклуба «Ряды» (с сентября 2020 года компания прекратила существование)	ЕЛЕНА СТРЕЛЬЦОВА	0	4	3	0	7
32	совладелец ГК «Галактика»	ИГОРЬ ДЮ	2	0	4	1	7

МЕСТО	ДОЛЖНОСТЬ	ФИО	«КОММЕРСАНТЪ»	«ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГ»	РБК	«ФОНТАНКЪ»	ВСЕГО
32	вице-президент СКА, вице-президент Федерации хоккея России	РОМАН РОТЕНБЕРГ	2	2	1	2	7
32	генеральный директор Italy Group	СТАНИСЛАВ КОШЕЛЕВ	1	0	6	0	7
33	директор по продажам компании Seven Suns Development	АЛЕКСЕЙ БУШУЕВ	1	4	0	1	6
33	ресторатор (Litera G, Green 28, Gringo, «Привилегия»)	АНДРЕЙ ПЕРЦЕВ	1	2	1	2	6
33	ректор Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого	АНДРЕЙ РУДСКОЙ	5	0	0	1	6
33	генеральный директор ГК «Арсенал Недвижимость»	АРСЕНИЙ ЛАПТЕВ	3	2	0	1	6
33	директор Русского музея	ВЛАДИМИР ГУСЕВ	2	2	1	1	6
33	президент ХК «Созвездие Водолея»	ВЛАДИМИР ХИЛЬЧЕНКО	4	2	0	0	6
33	основатель сервиса «Самокат»	ВЯЧЕСЛАВ БОЧАРОВ	4	0	2	0	6
33	генеральный директор ГК «Балтийский лизинг»	ДМИТРИЙ КОРЧАГОВ	5	0	1	0	6
33	управляющий партнер ресторанной группы White Group (рестораны и кондитерские ferma, «Деда хинкали», «Чайка»)	ИГОРЬ ПРАЩЕНКО	2	0	3	1	6
33	управляющий директор ГК «Рики»	МАРК ЗАВАДСКИЙ	2	0	4	0	6
33	генеральный директор компании «Петрополь»	МАРК ЛЕРНЕР	1	0	5	0	6
33	совладелец ресторанов «Русская Рыбалка», «Карл и Фридрих» и «Альпенхаус»	МИХАИЛ ФЕЙГЕЛЬМАН	1	0	0	5	6
33	генеральный директор гостиницы «Адмиралтейская»	ОЛЬГА КИСЕЛЕВА	2	4	0	0	6
33	совладелец холдинга Buro Team (бургерные Buro, Bar Pinch, Californication, «Мастер и Маргарита»)	ПЕТР ЛОБАНОВ	0	2	3	1	6
33	руководитель ГК «ЭКО-Безопасность»	РОМАН КОНСТАНТИНОВ	0	6	0	0	6
33	основатель и главный врач системы клиник «Меди», медицинского велнес-курорта BioLi, председатель Медицинской палаты Петербурга	ТАМАЗ ИЧЕДЛИДЗЕ	0	0	3	3	6
34	исполнительный директор АО «ОДК-Климов»	АЛЕКСАНДР ВАТАГИН	2	2	0	1	5
34	генеральный директор ООО «Медкарта» (сервис OnDoc)	АЛЕКСАНДР КОНСТАНТИНОВ	1	4	0	0	5
34	директор по инвестициям АО «ВТБ Девелопмент» (управляет индустриальным парком «Марьино»)	АЛЕКСАНДР ПАРШУКОВ	1	0	2	2	5
34	совладелец ресторанной группы DreamTeam	АЛЕКСЕЙ БУРОВ	1	0	1	3	5
34	руководитель строительной компании «Стоун»	АНДРЕЙ КУЗНЕЦОВ	0	2	0	3	5
34	председатель правления, генеральный директор «Группы ЛСР»	АНДРЕЙ МОЛЧАНОВ	4	0	1	0	5
34	генеральный директор ООО «Смарт Телеком»	АНДРЕЙ СУХОДОЛЬСКИЙ	0	0	5	0	5
34	директор отделения компании «МегаФон» в Санкт-Петербурге и Ленинградской области	ВЛАДИМИР БАКАЛОВ	2	0	0	3	5
34	директор по развитию ГК «Рольф»	ВЛАДИМИР МИРОШНИКОВ	3	0	2	0	5
34	генеральный директор компании «Master Девелопмент»	ВЯЧЕСЛАВ СЕМЕНЕНКО	0	2	2	1	5
34	владелец базы отдыха «Илоранта»	ГЕОРГИЙ БОГАЧЕВ	0	0	2	3	5
34	региональный директор Западного региона ПАО «Вымпелком» (бренд «Билайн»)	ДМИТРИЙ ГЛОТОВ	2	0	1	2	5
34	генеральный директор ГК ЦРТ	ДМИТРИЙ ДЫРМОВСКИЙ	3	0	2	0	5
34	генеральный директор, управляющий ТЦ «Галерея»	ДМИТРИЙ ЗУБКОВ	0	0	1	4	5
34	экс-совладелец ГК «Юлмарт», совладелец сети «Улыбка Радуги» и «Дикая Орхидея», фабрики «Любимый Край»	ДМИТРИЙ КОСТЫГИН	0	5	0	0	5
34	генеральный директор Kiito в России	ЕВГЕНИЙ АБРИН	3	0	1	1	5
34	региональный директор АО «Автодом»	ЕВГЕНИЙ ВОЙТЕНКОВ	0	0	2	3	5
34	директор Государственного музея-заповедника «Петергоф»	ЕЛЕНА КАЛЬНИЦКАЯ	0	0	5	0	5
34	генеральный директор ГК «Геоизол»	ЕЛЕНА ЛАШКОВА	3	0	0	2	5
34	совладелец группы «Илим» и УК «Старт Девелопмент»	ЗАХАР СМУШКИН	1	2	1	1	5
34	владелец сети магазинов «Хобби Остров»	ИЛЬЯ ЛЕСНИЧИЙ	0	0	5	0	5
34	генеральный директор Plaza Lotus Group	МАРИНА ПАВЛУКЕВИЧ	0	2	1	2	5
34	президент промоутерской компании NSA	МИХАИЛ ШУРЫГИН	3	2	0	0	5
34	президент Медицинского холдинга «Медика»	НИНА БОТЕРАШВИЛИ	0	4	1	0	5
34	генеральный директор частной скорой помощи «Приоритет»	РОМАН ТОПОЛЬСКОВ	1	4	0	0	5
34	руководитель Медицинского департамента «СМ-Клиника Северо-Запад»	СЕРГЕЙ ПОНИДЕЛКО	0	4	1	0	5
34	генеральный директор ГК «Деловые Линии»	ФАРИД МАДАНИ	2	0	3	0	5

→ 22

МЕСТО	ДОЛЖНОСТЬ	ФИО	«КОММЕРСАНТЪ»	«ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГЪ»	РБК	«ФОНТАНКЪ»	ВСЕГО
34	С СЕНТЯБРЬ 2020 ГОДА — ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КИНОСТУДИИ «ЛЕНФИЛЬМ»	ФЕДОР ЩЕРБАКОВ	1	0	2	2	5
35	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ТОРГОВОГО ДОМА «ВЫБОРЖЕЦ»	АЛЕКСАНДР БЕЛЬКОВЕЦ	0	2	2	0	4
35	НАЧАЛЬНИК УПРАВЛЕНИЯ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ ВТБ В ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	АЛЕКСАНДР ВЯЛКОВ	1	2	0	1	4
35	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР FIRST LINE SOFTWARE	АЛЕКСАНДР ПОЗДНЯКОВ	3	0	1	0	4
35	ПРЕЗИДЕНТ ГК «НЕВА МИЛК»	АЛЬБЕРТ СУФИЯРОВ	0	0	4	0	4
35	ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ КОМПАНИИ «РОСТЕЛЕКОМ» ПО РАБОТЕ С МАССОВЫМ СЕГМЕНТОМ, ДО ФЕВРАЛЯ 2021 ГОДА — ДИРЕКТОР МАКРОРЕГИОНАЛЬНОГО ФИЛИАЛА «СЕВЕРО-ЗАПАД» ПАО «РОСТЕЛЕКОМ»	АНТОН ГОДОВИКОВ	2	0	2	0	4
35	РЕКТОР ЕВРОПЕЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ	ВАДИМ ВОЛКОВ	1	2	1	0	4
35	ДИРЕКТОР РЕЧНОГО ЯХТ-КЛУБА ПРОФСОЮЗОВ	ВАДИМ ЕПИШИН	1	0	1	2	4
35	ПРЕЗИДЕНТ КОМПАНИИ «ЛАДОГА»	ВЕНИАМИН ГРАБАР	1	0	3	0	4
35	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СЕТИ КИНОТЕАТРОВ «МИРАЖ СИНЕМА»	ВИКТОР РУДМАН	1	0	0	3	4
35	ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СЕТИ КОВОРКИНГОВ «ПРАКТИК»	ВЛАДИМИР ДОРОФЕЕВ	0	0	3	1	4
35	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР ГК «СТРАНА ДЕВЕЛОПМЕНТ»	ДМИТРИЙ КОЛТУНОВ	0	4	0	0	4
35	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР NEXIGN	ИГОРЬ ГОРЬКОВ	0	0	4	0	4
35	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОНДИТЕРСКОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ «ЛЮБИМЫЙ КРАЙ»	ИРИНА СНЕГОВА	1	0	3	0	4
35	СОЗДАТЕЛЬ И ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ «УПСАЛА-ЦИРКА»	ЛАРИСА АФАНАСЬЕВА	1	0	1	2	4
35	РЕКТОР МЕЖДУНАРОДНОГО БАНКОВСКОГО ИНСТИТУТА ИМЕНИ АНАТОЛИЯ СОБЧАКА	МАРИЯ СИГОВА	0	4	0	0	4
35	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР РОССИЙСКОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА СУДОХОДНОГО КОНЦЕРНА TALLINK GRUPP	МАРКО ПАЛМУ	0	4	0	0	4
35	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АО «ФАРМАСИНТЕЗ-НОРД»	МИХАИЛ КВАСНИКОВ	1	2	1	0	4
35	ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ — УПРАВЛЯЮЩИЙ ФИЛИАЛОМ ГАЗПРОМБАНКА «СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ»	ОЛЬГА ДРАГОМИРЕЦКАЯ	1	2	0	1	4
35	ЭКС-РУКОВОДИТЕЛЬ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ДИВИЗИОНА ГРУППЫ «РЕНЕССАНС-СТРАХОВАНИЕ», С ОКТЯБРЯ 2020 ГОДА — РУКОВОДИТЕЛЬ ДИРЕКЦИИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНЫХ ПРОДАЖ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ЦЕНТРА САО «РЕСО-ГАРАНТИЯ»	ОЛЬГА ЗАХАРЧЕНКО	2	2	0	0	4
35	ДИРЕКТОР ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРЕВОЗОК КОМПАНИИ «ПИТЕРАВТО»	РОМАН ЮРЕНЕВ	0	2	0	2	4
35	ДИРЕКТОР ФИЛИАЛА СДМ-БАНКА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ	СВЕТЛАНА САЮНОВА	4	0	0	0	4
35	ГЛАВНЫЙ ВРАЧ ЕЛИЗАВЕТинской БОЛЬНИЦЫ	СЕРГЕЙ ПЕТРОВ	1	0	1	2	4
35	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР НПО ПО ПЕРЕРАБОТКЕ ПЛАСТМАСС ИМЕНИ «КОМСОМОЛЬСКОЙ ПРАВДЫ»	СЕРГЕЙ ЦЫБУКОВ	0	0	3	1	4
35	ВЛАДЕЛЕЦ КИНОЦЕНТРА «ВЕЛИКАН ПАРК», ОСНОВАТЕЛЬ ФЕДЕРАЛЬНЫХ КИНОСЕТЕЙ «КРОНВЕРК СИНЕМА» И «КИНО СИТИ», ДО ФЕВРАЛЯ 2020 ГОДА — ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КИНОСТУДИИ «ЛЕНФИЛЬМ»	ЭДУАРД ПИЧУГИН	0	0	3	1	4
35	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ЛАБОРАТОРНОЙ СЛУЖБЫ «ХЕЛИКС»	ЮРИЙ АНДРЕЙЧУК	1	0	3	0	4
35	ДИРЕКТОР ФИЛИАЛА САО «ЭРГО» В ПЕТЕРБУРГЕ	ЮРИЙ МИРЗАБЕКОВ	2	2	0	0	4

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

В рейтинг входят главы компаний региона, бизнес-ассоциаций и общественных организаций. Первоначальный список формируется путем мониторинга СМИ, ежегодно обновляется и дополняется. В рейтинг включены люди, чья деятельность в минувшем году приковывала к себе наибольшее внимание делового сообщества.

Мы не рассматриваем губернаторов и вице-губернаторов Петербурга и Ленинградской области и председателей комитетов правительства в силу их особого положения, делающего затруднительной объективную оценку степени их общественной открытости в сравнении с бизнесменами.

На том же основании из рейтинга бизнесменов исключено экспертное сообщество — руководители аналитических, консалтинговых и юридических компаний, а также главы различных ассоциаций и объединений. Результаты по этой группе опубликованы в отдельной таблице.

Представители регионального истеблишмента ранжированы в соответствии со статистикой их цитируемости в период с 1 января 2020 года по 1 января 2021 года в представленных редакциями на Северо-Западе ключевых деловых СМИ: «Коммерсанте», «Деловом Петербурге», РБК и «Фонтанке». Подсчет ведется на сайтах изданий с использованием расширенного поиска и в сервисе агентства «Интегрум».

Мы берем во внимание печатные версии газет и их тематических приложений, а также сайты изданий — и федеральные, и региональные. Однако исключаем из поиска ленты новостей, в сообщениях которых слова спикеров нередко приводятся со ссылкой на другое издание.

Места в таблицах определены в соответствии с общим количеством цитат конкретного руководителя в упомянутых СМИ. Таким образом, одно место могут делить несколько человек. Граница отсечения — четыре комментария за год. Подсчеты были проведены по 627 именам (в прошлом году — 610, в 2019-м — 670). Итоговый рейтинг включил 193 бизнесмена и 63 эксперта.

Мы стараемся проверить как можно больший круг представителей городской элиты, поэтому в исходном списке встречаются представители одной компании. В печатную версию попадает тот из них, у кого комментариев больше. Это может быть владелец или генеральный директор фирмы, иногда — человек, фактически выполняющий функцию руководителя и лица компании в Петербурге (исполнительный, реже — коммерческий директор). В исключительных случаях, например, при корпоративном конфликте, мы считаем важным показать уровень открытости обеих сторон.

Над рейтингом работали:
Елена Большакова;
Андрей Егупец, Марина Колоколова,
Анна Поваго, Евгений Федуненко (Москва)

В ЛУЧШИХ МЕСТАХ ПЕТЕРБУРГА

Коммерсантъ

Рестораны

КРЕМЛЬ	Выборгская наб., 55 БЦ Gregory's Palace
ВЕСЕЛИДЗЕ	Восстания ул., 20
РИБАЙ	Казанская ул., 3А
Ресторан-гостиния ШТАКЕНШНЕЙДЕР	Миллионная ул., 10
ШАЛЯПИН	Тверская ул., 12/15
ТАВЕРНА ГРОЛЛЕ	Большой пр. В. О., 20
СКАЗКА ВОСТОКА 1001 НОЧЬ	Лесной пр., 48

Кафе

KROO CAFE	Суворовский пр., 27 / 9-я Советская ул., 11
-----------	--

Пироговые

ЛИНДФОРС	Полтавская ул., 3
	Московский пр., 128
	Декабристов ул., 33
	Ленинский пр., 151

ШТОЛЛЕ

	1-я Красноармейская ул., 4
	Гражданский пр., 114, к. 1
	Медиков пр., 10, к. 1
	Комсомола ул., 35
	Московский пр., 105
	Стачек пр., 74
	Провещения пр., 34
	Садовая ул., 8
	1-я линия В.О., 50
	Энгельса пр., 37
	Восстания ул., 32
	Владимирский пр., 15
	Савушкина ул., 3

Интерьерные магазины

САЛОН «СЕНТЯБРЕВЪ»	Каменноостровский пр., 19
--------------------	---------------------------

Гостиницы

ГРАНД ОТЕЛЬ ЗМЕРАЛЬД	Суворовский пр., 18
ОТЕЛЬ ИНДИГО	Чайковского ул., 17
AKUAN HOTEL	Восстания ул., 19

KRAVТ HOTEL

	Садовая ул., 25, вход с Мучного пер., 4
M-HOTEL	Садовая ул., 22 (вход с переулка Крылова, 2, со двора)

MAJESTIC BOUTIQUE HOTEL DELUXE	Садовая ул., 22/2
АПАРТ-ОТЕЛЬ VERTICAL	Московский пр., 73
THE GAMMA HOTEL	наб. Обводного кан., 130
ОТЕЛЬ БЕЛОЕ ДЕРЕВО	Демьяна Бедного ул., 3
ГОСТИНИЦА	угол Керченского пер., 2 и Адмиралтейской наб., 12
THE BRIDGE HOTEL	наб. кан. Грибоедова, 133А
BOUTIQUE HOTEL ALBORA	
CROWNE PLAZA LIGOVSKY	Лиговский пр., 61

Автосалоны

GREGORY'S CARS	Выборгская наб., 55
АВТОДОМ Пулково	Пулковское ш., 14, лит. А

Авиакомпании

ЦБА «ПУЛКОВО-3»	
ГТК «РОССИЯ»	

Бизнес-центры

GREGORY'S PALACE	Выборгская наб., 55
GUSTAF	Средний пр. В.О., 36/40
MAGNUS	9-я линия В.О., 34
ОСКАР	наб. р. Фонтанки, 13 А
ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР NEVKA	Гельсингфорсская ул., д. 3, к. 11, лит. Д, вход с Выборгской наб., 45–47

Разное

ЕДИНЫЙ ЦЕНТР ДОКУМЕНТОВ	Красного Текстильщика ул., 10/12
САПСАН	бизнес-класс

Газета «Коммерсантъ» издается бесплатно не распространяется.
Информация по тел. (812) 271-3635
www.spb.kommersant.ru

САМЫЕ ЦИТИРУЕМЫЕ ЭКСПЕРТЫ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

МЕСТО	ДОЛЖНОСТЬ	ФИО	«КОММЕРСАНТЪ»	«ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГ»	РБК	«ФОНТАНКА»	ВСЕГО
1	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АГЕНТСТВА «INFOCLINE-АНАЛИТИКА»	МИХАИЛ БУРМИСТРОВ	468	4	79	2	553
2	РУКОВОДИТЕЛЬ КОНСАЛТИНГОВОГО ЦЕНТРА КОМПАНИИ «ПЕТЕРБУРГСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ» (SETL GROUP)	ОЛЬГА ТРОШЕВА	22	91	17	60	190
3	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР KNIGHT FRANK ST. PETERSBURG	НИКОЛАЙ ПАШКОВ	48	23	16	9	96
4	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР COLLIERS INTERNATIONAL В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ	АНДРЕЙ КОСАРЕВ	39	30	10	4	83
5	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АНАЛИТИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА TELESOM DAILY	ДЕНИС КУСКОВ	21	14	32	8	75
6	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР RUSLAND SP	АНДРЕЙ БОЙКОВ	35	17	7	4	63
7	ГЛАВА АССОЦИАЦИИ ВЛАДЕЛЬЦЕВ КИНОТЕАТРОВ	ОЛЕГ БЕРЕЗИН	38	2	18	3	61
8	РУКОВОДИТЕЛЬ АНАЛИТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА КОМПАНИИ «ГЛАВСТРОЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»	ДМИТРИЙ ЕФРЕМОВ	5	21	9	23	58
9	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СРО А «ОБЪЕДИНЕНИЕ СТРОИТЕЛЕЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА»	АЛЕКСЕЙ БЕЛОУСОВ	3	8	15	31	57
9	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР БЮРО ЮРИДИЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ LEGAL TO BUSINESS	СВЕТЛАНА ГУЗЬ	4	16	20	17	57
10	НАЧАЛЬНИК АНАЛИТИЧЕСКОГО ОТДЕЛА ИНВЕСТИЦИОННОЙ КОМПАНИИ «ЛМС»	ДМИТРИЙ КУМАНОВСКИЙ	20	16	18	0	54
11	ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ BESAR ASSET MANAGEMENT	ОЛЬГА ШАРЫГИНА	10	20	8	8	46
12	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АГЕНТСТВА «РУСТЕЛЕКОМ»	ЮРИЙ БРЮКВИН	7	20	3	5	35
12	ПРЕЗИДЕНТ ФЕДЕРАЦИИ РЕСТОРАТОРОВ И ОТЕЛЬЕРОВ СЕВЕРО-ЗАПАДА	ЛЕОНИД ГАРБАР	6	8	9	12	35
13	ДОЦЕНТ КАФЕДРЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА	АЛЕКСАНДР КОНФИСАХОР	31	0	1	0	32
13	ИСТОРИК, КРАЕВЕД И ПИСАТЕЛЬ	ЛЕВ ЛУРЬЕ	3	0	15	14	32
13	ПОЛИТОЛОГ, ДИРЕКТОР ИНСТИТУТА СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ	ДМИТРИЙ СОЛОННИКОВ	23	4	2	3	32
14	ПРЕЗИДЕНТ ОБЪЕДИНЕНИЯ «РУССОФТ»	ВАЛЕНТИН МАКАРОВ	9	4	15	2	30
15	ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ РОССИЙСКОЙ АССОЦИАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ КОНСУЛЬТАНТОВ	ПЕТР БЫСТРОВ	24	0	3	0	27
15	ДИРЕКТОР ЦЕНТРА ЭКСПЕРТИЗ «ЭКОМ»	АЛЕКСАНДР КАРПОВ	3	6	3	15	27
16	ГЛАВА СОЮЗА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПЕТЕРБУРГА	ВЛАДИМИР МЕНЬШИКОВ	1	10	5	10	26
17	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АССОЦИАЦИИ ЧАСТНЫХ КЛИНИК САНКТ-ПЕТЕРБУРГА	АЛЕКСАНДР СОЛОНИН	3	14	8	0	25
18	ЗАМЕСТИТЕЛЬ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОРОДСКОГО ОТДЕЛЕНИЯ ВСЕРОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА ОХРАНЫ ПАМЯТНИКОВ ИСТОРИИ И КУЛЬТУРЫ	АЛЕКСАНДР КОНОНОВ	6	4	7	6	23
19	ДИРЕКТОР ПО РАЗВИТИЮ, ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР PORTNEWS	НАДЕЖДА МАЛЫШЕВА	20	0	0	0	20
20	ПАРТНЕР BRIGHT RICH CORFAC INTERNATIONAL	ВИКТОР ЗАГЛУМИН	9	10	0	0	19
20	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР Irg.Estate	ИВАН ПОЧИНЩИКОВ	4	11	4	0	19
20	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КЛУБА ПРОФЕССИОНАЛОВ АЛКОГОЛЬНОГО РЫНКА	МАКСИМ ЧЕРНИГОВСКИЙ	4	8	4	3	19
21	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ОФИСА КОЛЛЕГИИ АДВОКАТОВ REN & RAPER	АЛЕКСЕЙ ДОБРЫНИН	0	0	16	1	17
21	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР CRONWELL HOSPITALITY GROUP, ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ РОССИЙСКОЙ ГОСТИНИЧНОЙ АССОЦИАЦИИ	АЛЕКСЕЙ МУСАКИН	0	3	13	1	17
22	ПРЕЗИДЕНТ ГК «РЕНТА», ОСНОВАТЕЛЬ РЕСТОРАНА ECLIPSE, ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АССОЦИАЦИИ СОБСТВЕННИКОВ И АРЕНДАТОРОВ СТРИТ-РИТЕЙЛА	АРТЕМ ГУДЧЕНКО	0	4	11	1	16
23	ВЛАДЕЛИЦА АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ LARINA	ЕКАТЕРИНА ЛАПИНА	3	2	4	6	15
24	ВЕДУЩИЙ ЭКСПЕРТ «AUTO-DEALER-СПБ»	ЕВГЕНИЙ ЕСЬКОВ	7	0	6	0	13
25	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР АДВОКАТСКОГО БЮРО «КАЧКИН И ПАРТНЕРЫ»	ДЕНИС КАЧКИН	7	3	1	0	11
25	ПРЕЗИДЕНТ АССОЦИАЦИИ «ГРУЗАВТОТРАНС»	ВЛАДИМИР МАТЯГИН	2	4	3	2	11

МЕСТО	ДОЛЖНОСТЬ	ФИО	«КОММЕРСАНТЪ»	«ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГ»	РБК	«ФОНТАНКА»	ВСЕГО
25	ПРЕЗИДЕНТ ЛЕНОБЛСОЮЗСТРОЯ	РУСЛАН ЮСУПОВ	9	0	2	0	11
26	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР ЮРИДИЧЕСКОЙ ФИРМЫ BORENIUS	АНДРЕЙ ГУСЕВ	5	0	3	2	10
26	ДИРЕКТОР ПЕТЕРБУРГСКОГО ОФИСА SPN COMMUNICATIONS	СЕРГЕЙ КАЛИНЧУК	0	10	0	0	10
27	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР MARIS В АССОЦИАЦИИ С СВРЕ	БОРИС МОШЕНСКИЙ	6	0	1	2	9
27	ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ОБЪЕДИНЕНИЯ «РЕСТРОГРАД»	АЛЕКСАНДР РУЖИНСКИЙ	0	4	4	1	9
28	ПРЕЗИДЕНТ НЕФТЯНОГО КЛУБА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА	ОЛЕГ АШИХМИН	1	1	1	5	8
28	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР ЮРИДИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ «ВАРШАВСКИЙ И ПАРТНЕРЫ»	ВЛАДИСЛАВ ВАРШАВСКИЙ	0	8	0	0	8
28	ПРЕЗИДЕНТ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПАЛАТЫ, ПРЕЗИДЕНТ АССОЦИАЦИИ ТПП СЗФО	ФЕЛИКС ЛАПИН	0	0	8	0	8
28	ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТНОЙ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПАЛАТЫ	ИГОРЬ МУРАВЬЕВ	0	7	1	0	8
28	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР АДВОКАТСКОГО БЮРО «НАТЗЛА ПОНОМАРЕВА И ПАРТНЕРЫ»	НАТЗЛА ПОНОМАРЕВА	0	7	0	1	8
28	ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ АРИН	АНДРЕЙ ТЕТЫШ	2	6	0	0	8
29	РУКОВОДИТЕЛЬ ОФИСА КОМПАНИИ JLL В ПЕТЕРБУРГЕ	АНДРЕЙ АМОСОВ	7	0	0	0	7
29	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР КОНСАЛТИНГОВОЙ ГРУППЫ «РЕШЕНИЕ», УПРАВЛЯЮЩИЙ РЕСТОРАНАМИ АРАМА МНАЦАКАНОВА	АЛЕКСАНДР БАТУШАНСКИЙ	0	0	6	1	7
29	ДИРЕКТОР HEADHUNTER ПО СЗФО	ЮЛИЯ САХАРОВА	4	2	1	0	7
30	ГЛАВА ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА АССОЦИАЦИИ ОПЕРАТОРОВ ФИТНЕС-ИНДУСТРИИ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	НАТАЛЬЯ БОРУЛЬКО	0	4	1	1	6
30	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР ИНСТИТУТА ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ «УРБАНИКА»	ФЕДОР КОНЬКОВ	4	2	0	0	6
30	ПРЕЗИДЕНТ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО СОЮЗА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ	РОМАН ПАСТУХОВ	2	4	0	0	6
30	ПРЕДСЕДАТЕЛЬ АВТОКЛУБА A24	ДЕНИС ШУБИН	1	0	0	5	6
31	ДИРЕКТОР «ФОНДА 60+»	ВАДИМ БАРАУСОВ	0	2	3	0	5
31	ДИРЕКТОР ИНСТИТУТА НОВОГО ИНДУСТРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ, ПРЕЗИДЕНТ ВОЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА РОССИИ И МЕЖДУНАРОДНОГО СОЮЗА ЭКОНОМИСТОВ	СЕРГЕЙ БОДРУНОВ	0	0	0	5	5
31	ПРЕЗИДЕНТ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЙ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПАЛАТЫ, ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ АССОЦИАЦИИ ТПП СЗФО	ЮРИЙ БУРЧАКОВ	0	2	1	2	5
31	ЗАВЕДУЮЩАЯ КАФЕДРОЙ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РФ	ИННА ВЕТРЕНКО	5	0	0	0	5
31	УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР ЮРИДИЧЕСКОЙ ФИРМЫ «ДЮВЕРНУА ЛИГАЛ»	ЕГОР НОСКОВ	2	0	2	1	5
31	ПРЕДСЕДАТЕЛЬ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЙ АССОЦИАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА	АЛЕКСЕЙ ТРЕТЬЯКОВ	0	2	1	2	5
32	ДИРЕКТОР ФОНДА «ЦСР СЕВЕРО-ЗАПАД»	МАРИНА ЛИПЕЦКАЯ	0	0	4	0	4
32	ПРЕЗИДЕНТ АССОЦИАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА	ВАЛЕРИЙ РАДЧЕНКО	0	2	0	2	4
32	ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ВСЕРОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА АВТОМОБИЛИСТОВ	ВАЛЕРИЙ СОЛДУНОВ	1	3	0	0	4
32	ПРЕЗИДЕНТ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ ЭКОНОМИКИ В ПЕТЕРБУРГЕ	АЛЕКСАНДР ХОДАЧЕК	2	0	1	1	4
32	ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА АМЕРИКАНСКОЙ ТОРГОВОЙ ПАЛАТЫ В РОССИИ (AMCHAM)	МАРИЯ ЧЕРНОБРОВКИНА	2	0	1	1	4

СОХРАНИТЬ НЕЛЬЗЯ ИСПРАВИТЬ

ГРАДОЗАЩИТНОЕ СООБЩЕСТВО ИГРАЕТ ВАЖНУЮ РОЛЬ В ЖИЗНИ ПЕТЕРБУРГА. ВО МНОГОМ БЛАГОДАря ЕМУ УДАЛОСЬ СВЕСТИ К МИНИМУМУ ПОЯВЛЕНИЕ ОБЪЕКТОВ, СПОСОБНЫХ ИСПОРТИТЬ ОБЛИК СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ. ВМЕСТЕ С ТЕМ НЕКОТОРЫЕ ДЕВЕЛОПЕРЫ НЕРЕДКО ОБВИНЯЮТ АКТИВИСТОВ В ПОПУЛИЗМЕ И НЕДАЛЬНОВИДНОСТИ, УКАЗЫВАЯ, ЧТО ИЗ-ЗА ИХ ВМЕШАТЕЛЬСТВА ИСТОРИЧЕСКИЕ ЗДАНИЯ, КОТОРЫЕ МОГЛИ БЫ БЫТЬ ПРИВЕДЕНЫ В ПОРЯДОК ЗА СЧЕТ ИНВЕСТИРОВ, ПРЕВРАЩАЮТСЯ В РУИНЫ. СРЕДСТВ ГОРОДСКОГО БЮДЖЕТА НА ЭТО НЕ ХВАТАЕТ: В ПЕТЕРБУРГЕ НАСЧИТЫВАЕТСЯ ОКОЛО 9 ТЫС. ПАМЯТНИКОВ, ИЗ КОТОРЫХ ЕЖЕГОДНО РЕСТАВРИРУЕТСЯ ВСЕГО НЕСКОЛЬКО ДЕСЯТКОВ.

МАРИЯ КУЗНЕЦОВА



ПО СЛОВАМ ЗАСТРОЙЩИКОВ, ПОПЫТКИ «ЗАЩИТИТЬ ЛЮБОЙ САРАЙ» ЧАСТО ПРОДИКТОВАНЫ АЛЧНЫМИ ИНТЕРЕСАМИ. ОТДЕЛИТЬ САРАИ ОТ ПАМЯТНИКОВ МЕШАЕТ НЕВНЯТНАЯ ГРАДОСТРОИТЕЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

Город — это всегда конфликты интересов власти, девелоперов и других вовлеченных групп, говорят эксперты. Зачастую сторонам приходится отстаивать свою позицию в судах, где с каждым годом рассматривается все больше дел, связанных с оспариванием выдачи разрешений на строительство. «С одной стороны, градозащитники негативно влияют на бизнес застройщиков, потому что в большинстве случаев их цель — отмена проектов. А с другой, они являются ограничивающим фактором, не позволяющим девелоперам делать совсем уж безобразные вещи», — рассуждает Николай Пашков, генеральный директор Knight Frank St. Petersburg. При этом в Петербурге сохраняется проблема недостатка средств для приведения в порядок даже десятой части зданий-памятников: в текущем году Смольный выделил 2 млрд рублей для реконструкции 68 объектов. Таким образом, участие бизнеса остается во многом единственным шансом вдохнуть в ценные для Петербурга дома новую жизнь. Вместе с тем многие девелоперы называют центр города «токсичным»: каждый проект в нем — огромная «головная боль» и лишь единицы компаний готовы сейчас с этим связываться.

ГРОМКИЕ ГОЛОСА Участники рынка признают: такому городу, как Петербург, необходимо градозащитное движение. Однако, по их мнению, благие намерения активистов зачастую сводятся к популизму: выступая за все хорошее против всего плохого, они не предлагают позитивной повестки, а лишь набирают политические очки. «В тот момент, когда это движение только начиналось, в романтический период, это было хорошо и правильно. Градозащита зародилась, чтобы остановить безнаказанность и вседозволенность 1990-х годов. Тогда застройщики вели себя совершенно иначе, и очень хорошо, что вседозволенность ушла», — говорит заместитель председателя правления ООО «Охта Групп» Михаил Ривлин. Однако, замечает он, позднее маятник качнулся в другую сторону и зная подхватили псевдоградозащитники, которые начали цепляться к любому проекту, «защищать любые сараи», а это уже не идет на пользу городу.

Проблема в том, что в любом споре громче всех слышны те активисты, у кого на первом месте — не искреннее желание сохранить историческое наследие, а пиар, политика, какие-то другие общественные интересы, полагает президент группы RBI Эдуард Тиктинский. «Иначе чем объяснить такую картину, уже очень привычную? Здание стоит, ветшает и разрушается годами, и никого это не волнует, но как только появляется инвестор, готовый взяться за реконструкцию, тут же оказывается, что ничего трогать нельзя и настолько это здание ценное, что пусть лучше оно и дальше разрушается в неприкосновенности», — с сожалением констатирует он. Ярчайший пример — пустующее Конюшенное ведомство, откуда градозащитники «выдавили» девелопера, и сейчас оно приходит в аварийное состояние, добавляет Николай Пашков. Преобразование этого объекта под апарт-отель десять лет назад планировала «Плаза Лотос групп» братьев Зингаревичей, однако позже проект был отменен, и решение о том, что будет с памятником, до сих пор не принято Смольным.

«Если нарисовать сейчас карту побед градозащитников, где были остановлены работы и чем они гордятся, это будет карта ужасных пустырей, развалин, клоак, заброшенных мест, язв на теле города, которые, к сожалению, так и остаются язвами не первый год», — продолжает господин Ривлин.

Ему возражает Александр Кононов, заместитель председателя совета Санкт-Петербургского городского отделения ВООПИиК, называя такие объекты, как Фрунзенский универмаг, дачу Гаусвальд, а также электростанцию Варшавского вокзала: они были «отвоены» и впоследствии приведены в порядок. В настоящее время под пристальным вниманием ВООПИиК находятся Охтинский мыс, дом Басевича, бывшее здание Всесоюзного НИИ целлюлозно-бумажной промышленности, здание бывшей медсанчасти на Одоевского, а также манеж Финляндского полка.

НЕРЕШЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ По словам господина Кононова, основными проблемами, стоящими перед градозащитниками Петербурга, являются невнятная градо-

строительная политика, разрушение исторической застройки, нарушения законодательства, информационная закрытость при принятии решений, а также имитация диалога с общественностью.

Активисты обращают внимание на двоякое толкование норм 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия», а также регионального закона № 820 «О границах объединенных зон охраны объектов культурного наследия». Юрист и градозащитник Павел Шапчиц возлагает ответственность за их несоблюдение на чиновников. «Эффект „мутной воды“ создается именно из-за них. Если бы чиновники хотели, то создали бы правила, очевидные для всех, и не было бы противоречий между буквой и духом закона», — уверен он. При этом еще ни один девелопер не выиграл суд у властей, если в результате неверного согласования бизнесу был нанесен ущерб, замечают участники рынка. «Вся тяжесть ошибки, в том числе со стороны чиновников, ложится на застройщика», — замечает господин Ривлин.

Позиция властей, конечно, ключевая в этом вопросе, но зачастую решения по спорным проектам принимаются из принципа «лишь бы не было в городе лишнего шума», добавляет господин Тиктинский. «Наше законодательство — строгое, даже жесткое, требовательное, очень ограничивающее возможности. Например, как можно в рамках реконструкции обеспечить инсоляцию, если рядом стоят другие здания, как решить вопрос с парковкой, если нельзя практически влезать под землю, где сажать зелень? Но каждый раз мы вынуждены, помимо законодательных ограничений, оценивать риски появления „активистов“, которые будут подстрекать к протесту, пугать и дезинформировать общественность, а значит — ставить под сомнение реализацию проекта, даже если все необходимые разрешения и согласования ранее были получены», — отмечает эксперт.

В таких ситуациях зачастую сроки стройки сдвигаются минимум на год, и за период просрочки в любом случае заплатит застройщик, так как даже на проигравших истцов суд не возлагает реально понесенные расходы. То есть обжаловать разрешение на строительство можно финансово безнаказанно, а это не стимулирует воздерживаться от заведо-

мо неправомерных исков. «Естественно, застройщики учитывают этот риск и закладывают его в своих финансовых моделях, что в итоге сказывается на конечной стоимости квадратного метра, особенно в центральных районах города», — объясняет партнер, руководитель практики по недвижимости и инвестициям адвокатского бюро «Качкин и партнеры» Дмитрий Некрестьянов. По его мнению, ситуацию может исправить механизм поиска баланса интересов: обязательно предварительное обсуждение проектов и установление на уровне закона обязанности по предварительной публикации документов о строительстве на общедоступном ресурсе, а также признание, что сроки оспаривания считаются текущими для всех с момента размещения на этом ресурсе. «Тогда все несогласные могут пойти в суд в течение трех месяцев с момента публикации, а если не пошли, то оспаривать документы уже нельзя будет», — предлагает господин Некрестьянов.

Оспаривание разрешения на строительство — это выбивание почвы из-под ног, негодует господин Ривлин: «На девелопере со всех сторон лежит ответственность — и перед дольщиками, и перед кредиторами». Градозащитники парируют, замечая, что девелоперы сгущают краски. «Никто не станет возмущаться, если застройщики будут грамотно реализовывать объекты, без вреда для исторической среды», — убежден господин Шапчиц.

При этом коммуникацию застройщикам приходится налаживать одновременно с различными группами активистов. «Градозащитники — это неоднородная среда из людей, преследующих совершенно разные цели. В этом в основном и состоит проблема: диалог с градозащитниками ведет каждый застройщик и ищет компромиссы, а потом приходит самостоятельная новая „группа влияния“ и говорит, что у нее есть свое мнение и с ней никто диалог не ведет. В таком многообразии участников всегда есть недовольные и всем не угодить», — замечает господин Некрестьянов. Вместе с тем градозащитники настаивают, что в ключевых вопросах, особенно по знаковым объектам, их мнение совпадает и они выступают «единым фронтом», помогая друг другу. ■

«ПАНДЕМИЯ НАУЧИЛА НАС ЦЕНИТЬ ТО, ЧТО МЫ ИМЕЛИ»

Выйдя из кризиса в хорошем плюсе, ГК «ЛЕНРУССТРОЙ» ожидает следующей волны ажиотажного спроса к моменту завершения программы ипотеки с господдержкой. О том, какие уроки можно извлечь из пандемии, о ее влиянии на развитие рынка, а также о сдержанном подходе к выбору земельных участков и неминуемом росте цен на жилье корреспонденту SR Марии Кузнецовой рассказал заместитель генерального директора ГК «ЛЕНРУССТРОЙ» Максим Жабин.

SOCIAL REPORT: Как компания справилась с кризисом? Позитивно или негативно он повлиял на итоги прошлого года?

МАКСИМ ЖАБИН: Если быть честным, мы вышли из кризиса с хорошим плюсом. Но важно понимать, что под ним подразумеваем. Существует ключевой показатель в коммерческой работе — стоимость ведения бизнеса. И она оказалась неположительной. Из-за пандемии мы упустили варианты выкупа новых интересных земельных участков, испытывали трудности управленческого характера, затянули вывод новых объектов. Многие вопросы приходилось решать через такое понятие, как героизм.

Если говорить о классических финансовых показателях, то выручка и прибыль компании подросли: мы закрыли год лучше, чем планировали. Но в конце концов, все, что компания заработала, ложится на наши будущие проекты, которые растягиваются во времени. Что мы от этого получим — сложно сказать. Все процессы были сильно нарушены. Например, увеличился срок согласования градостроительной документации, а изменения в Генплан, которые должны были быть внесены в марте, все еще не произошли. Самое плохое — жить в состоянии нестабильности и не знать, откуда может «прилететь».

При этом многие задаются вопросом: что нового мы приобрели от пандемии. С моей точки зрения, ничего. Вместе с тем пандемия научила нас ценить то, что мы имели: дружный коллектив, который сформировался за долгие годы, ресурсы, которыми мы обладали, клиентов, не отвернувшихся от нас, партнерские отношения, которые с разных сторон себя проявили. Жизнь уже не будет той, что была, не вернется в прежнее русло, но многие это пока что не осознали.

SR: Столкнулись ли вы с проблемой нехватки рабочей силы на ваших объектах и как с этим справлялись?

М. Ж.: Ощутили, но не очень сильно. В этом плане нам повезло: у компании есть собственное крупное производство железобетонных изделий, поэтому монтажная команда у нас своя. Также у нас сформирован основной костяк рабочих, поэтому последствия закрытия границ для иностранных граждан нас не затронули.

SR: Как вы оцениваете результаты первого квартала? Сократился ли ажиотажный спрос?

М. Ж.: Уже нет такого динамического роста в спросе, как в конце 2020 года: входящий поток спал примерно на 10–20%. Вместе с тем сформировавшийся прошлогодний переизбыток лидов перешел в текущий



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

год, компенсировав спад января-февраля. Я думаю, что в следующие несколько месяцев нас ожидает стагнация перед новой волной, которая произойдет непосредственно перед потенциальной отменой программы субсидированной ипотеки. А потом — новое падение. Однако среднегодовой тренд будет в целом ровным.

SR: Что еще будет оказывать влияние на рынок, помимо внутренней политики государства и деятельности финансовых институтов?

М. Ж.: Нельзя забывать и о влиянии внешних раздражителей: санкций со стороны ЕС и США, динамики цен на нефть, которая почему-то дорожает вместе с рублем. Некоторые люди считают, что эти вещи не оказывают влияния на состояние дел в стране, в отрасли, но это в корне неверно. Стройка — это тот продукт, который зависит от огромного количества внешних факторов и от которого зависят доходы огромного числа людей. Это как в фильме «Большая греческая свадьба», где один из главных героев говорил, что все языки произошли от греческого.

Также могу предположить, что многие банки скоро начнут — а некоторые уже начали — разрабатывать свои программные продукты, чтобы заменить ими субсидированную ипотеку. Мы видим активную позицию в этом вопросе со стороны «Сбера», ВТБ, Альфа-банка. Это серьезно повлияет на расстановку сил. Также в этом году до 90% объектов уже будет реализовываться в рамках проектного финансирования через эскроу. Я убежден, что власти со временем введут очередную поправку к закону, которая заставит девелоперов снова

перестраивать процессы. В этом случае рынок снова ждет передел: это произойдет не в ближайшей перспективе, но так или иначе случится. Кроме того, надо понимать, что в дальнейшем государство будет перераспределять бюджет в пользу социальных программ, например, направленных на поддержание социально незащищенных слоев населения. Из-за этого прямая поддержка бизнеса сократится. Значит, нас ждет очередное торможение.

SR: Уже на протяжении многих месяцев девелоперы скупают землю. В чем причина, на ваш взгляд?

М. Ж.: Причин для этого множество. Во-первых, у компаний есть на это свободные средства. Во-вторых, они надеются, что ажиотажный спрос на квартиры продолжится. Но я лично не сторонник наличия большого «складского запаса». Ведь его нужно содержать, платить налоги, вовлекать в бизнес-процесс. Иначе он из актива становится пассивом. А в моем понимании мира оборачиваемость является главной характеристикой эффективности, нежели что-либо еще. Мы в свое время также включились в процесс покупки земли и в том числе приобрели один токсичный (в переносном смысле) земельный надел. Не буду уточнять какой, но получили мы совсем не тот результат, что хотели. Сейчас бы мы не стали в это ввязываться, но завершить сделку надо, и мы это так или иначе осуществим.

SR: Планируете ли вы пополнять земельный банк в этом году?

М. Ж.: Предложений по покупке земельных участков у нас накопилась целая стопка, но мы подходим к каждому из них очень

сдержанно. Дело в том, что сейчас мы полностью перешли на работу с банками и учимся вести бизнес в новых условиях. Мы продолжаем работать над бюджетами и заниматься планированием, чего и всем желаем. В идеале нам необходимо выработать механизм взаимодействия, при котором появлялась бы возможность создавать капитал быстрее. Сейчас, например, если нужен интересный участок здесь и сейчас, то он может уйти к конкурентам, пока банк будет оценивать нас через призму ликвидности.

SR: Какие механизмы вы имеете в виду?

М. Ж.: Привлечение институционального инвестора, облигационные займы или ЗПИФ, например.

SR: Что будет с ценами на жилье: продолжат ли они расти и от чего это будет зависеть?

М. Ж.: Я убежден, что цены будут расти, причем это будет космос. Какая бы ни была низкая процентная ставка по ипотеке, стоимость квадратного метра уйдет далеко наверх. На сегодняшний момент Россия является одним из немногих государств, где приобретение жилья в собственность еще доступно. Через 30–50 лет его в принципе невозможно будет купить — мы перейдем на новый этап.

SR: Почему вы так считаете?

М. Ж.: Достаточно взять в руки любой учебник по урбанистике и посмотреть, как развивались крупные города. Сейчас мы очень сильно отстаем от Нью-Йорка, Парижа, Токио, Барселоны и Сингапура. Обладать собственной недвижимостью в них — непозволительная роскошь.

SR: Изменились ли за последний год предпочтения покупателей? Стали они покупать квартиры большего метража?

М. Ж.: На мой взгляд, влияние пандемии на предпочтения покупателей очень сильно переоценивают. Она не настолько изменила потребности, чтобы о них так много говорить. Есть изменения, но они не глобальные. Люди как хотели расширяться при наличии возможности и средств, так и хотят.

SR: Каковы ваши прогнозы на текущий год?

М. Ж.: Я хочу, чтобы в этом году не было глобальных потрясений. Пусть произойдет то, что должно, но искусственно ничего лучше не создавать. В идеале я бы хотел, чтобы в нашей отрасли было меньше регулирования и рынок самостоятельно определял бы точки для собственного развития. Конечно, поддержка со стороны государства — это благо, однако надо понимать, что за все всегда приходится платить. ■

ОФИСНАЯ НОСТАЛЬГИЯ

ИМЕЯ ОПЫТ УДАЛЕННОЙ РАБОТЫ, МНОГИЕ РАБОТОДАТЕЛИ ТЕПЕРЬ ПРЕДЛАГАЮТ СОТРУДНИКАМ ГИБРИДНЫЙ ФОРМАТ С ПРИСУТСТВИЕМ В КОНТОРЕ ОДИН-ТРИ ДНЯ В НЕДЕЛЮ. НЕ БОЛЕЕ 60% ЛЮДЕЙ ЭФФЕКТИВНЫ НА ДИСТАНЦИИ, ГОВОРЯТ ДАННЫЕ НЕКОТОРЫХ РУКОВОДИТЕЛЕЙ. САМИ ТРУДЯЩИЕСЯ ЗАМЕЧАЮТ, ЧТО ПОСТОЯННАЯ РАБОТА ДОМА ВЕДЕТ К ВЫГОРАНИЮ, НО ХОТЕЛИ БЫ СОХРАНИТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛНЯТЬ ОБЯЗАННОСТИ ВНЕ ОФИСА И ПО ОКОНЧАНИИ ПАНДЕМИИ. В ЦЕЛОМ ЭТО СОКРАЩАЕТ РАСХОДЫ ОБЕИХ СТОРОН.

ЯНА ВОЙЦЕХОВСКАЯ

Несмотря на риски заболевания коронавирусом, в пандемию 55% петербуржцев сохранили очный формат работы, следует из исследования социологов СПбГУ, проведенного на стыке января и февраля 2021 года. Его специалисты опросили 1210 человек, в том числе 741 работающего. 70% респондентов положительно оценили опыт дистанционки. Среди них более половины видят преимущество в том, что не нужно тратить деньги на дорогу в офис и обратно, 35% нравится, что можно совмещать рабочие и домашние дела. Треть респондентов считает удачей возможность планировать рабочий день самостоятельно, четверть ценит, что дома работать тихо и никто не отвлекает. Для 20% такой формат более продуктивен: можно успеть сделать гораздо больше, чем в офисе. В то же время каждый пятый не видит в удаленной работе никаких преимуществ.

В ДОМЕ ГАСНЕТ СВЕТ Несмотря на то, что многие респонденты довольны опытом труда в таком формате, только треть из них готова трудиться удаленно на постоянной основе. Все остальные скептически относятся к таким изменениям, больше трети «категорически не согласны» с этой перспективой.

Среди аргументов лидирует невозможность выполнить всю работу дистанционно — это отметили 40% опрошенных. Для 22% это непродуктивно — трудно совмещать рабочие и домашние дела. Примерно столько же сказали, что их дискомфорт связан с отсутствием в жилье выделенного рабочего пространства. Около 18,5% недовольны нерегламентированным рабочим днем и жалуются на то, что прихо-

дится перерабатывать по несколько часов в день. Из всех опрошенных лишь 17,5% совсем не видят недостатков в удаленной работе, а около 9% затруднились ответить. Таким образом, почти три четверти людей обнаружили в домашнем офисе недостатки.

«Переход на удаленную работу требует индивидуального подхода, и не только из-за специфики деятельности сотрудника, но и из-за его бытовых условий и личностных особенностей», — комментирует один из авторов исследования, доцент кафедры экономической социологии СПбГУ Ольга Никифорова.

В итоге 60% трудящихся петербуржцев столкнулись с проблемами при переходе на удаленный режим, говорят результаты исследования. Самой распространенной из них стал недостаток общения с коллегами для решения рабочих задач, который отметила почти четверть респондентов. Более 21% заявили, что дома трудно работать из-за многих отвлекающих факторов. Почти 12% опрошенных признались, что им потребовались дополнительные финансовые вложения на приобретение оборудования и оплату интернета. Свыше 10% пожаловались на отсутствие удобного рабочего места дома, низкую скорость домашнего интернета по сравнению с офисным, а также отсутствие удаленного доступа к рабочим документам или системам. Волнуют людей перебои в работе электросети и отсутствие навыков общения с новым программным обеспечением или мобильным приложением — это оказалось проблемой.

Согласно исследованию агентства DigitalHR, сфокусированному на IT-отрасли, самыми частыми причинами

выгорания сотрудников в период пандемии стали потеря чувства команды, неверная интерпретация сообщений и интонаций в удаленном формате. До 70% кандидатов отметили нехватку качественного неформального общения.

Работодатели также подтвердили потерю среды для инноваций и риски выгорания кадров как основные недостатки пандемии и удаленной работы. Коммуникация затруднилась особенно при запуске новых проектов — тесное взаимодействие рождает более живую дискуссию, констатирует глава DigitalHR Катерина Гаврилова.

«Наиболее приемлемым режимом для значительной части респондентов является работа в офисе или в смешанном формате. Несмотря на то, что приблизительно треть респондентов готова работать удаленно на постоянной основе после окончания пандемии, если им такая возможность представится, полностью удаленная работа приемлема в обычной жизни лишь для каждого восьмого», — подчеркивает автор исследования СПбГУ, профессор кафедры социологии культуры и коммуникации университета Вера Минина.

ЭКОНОМИКА ГИБРИДА Большинство россиян хотели бы сохранить возможность трудиться вне постоянного места работы несколько дней в неделю и по окончании пандемии, свидетельствуют результаты исследования BCG, The Network и hh.ru. В опросе приняли участие 17 тыс. жителей РФ, а всего — 209 тыс. респондентов из 190 стран.

Часть работодателей эти настроения поддерживает: с января по март 2021 года число вакансий с возможностью постоянно работать удаленно в базе hh.ru росло

в среднем на 38% ежемесячно. Данные другого исследования — от рекрутинговой компании Kontakt InterSearch Russia — говорят о том, что для многих организаций перевод сотрудников на удаленную работу может обернуться сокращением производительности, плохим тайм-менеджментом и снижением мотивации, что особенно характерно для людей в возрасте до 25 лет.

Среди очевидных преимуществ дистанционки — снижение расходов на содержание офисов, а также сокращение риска заболевания среди персонала. По данным SR, в филиале одной из крупных госкомпаний в Петербурге осенью 2020 года столкнулись с тем, что выходявшие в офис сотрудники через несколько дней были вынуждены уходить на карантин, так как контактировали с коллегами, которые получили положительные результаты тестов на коронавирус. Поток людей постоянно кочевал обратно на удаленку. Теперь некоторые петербургские работодатели требуют отрицательный тест на коронавирус перед выходом в офис, другие разделили этот процесс на этапы: часть сотрудников, привитых или имеющих антитела к COVID-19, вернется в апреле, другая присоединится в мае.

Катерина Гаврилова видит плюсы онлайн-формата еще и в том, что есть возможность нанимать распределенную команду, а сотрудникам дать больше свободы попробовать пожить в новых местах.

КУРС НА ГИБКОСТЬ Максимальная вероятность остаться в дистанционном формате после окончания вирусных перипетий — у персонала IT-поддержки (26%), юридического отдела (22%), IT-разработки (20%), бухгалтерии (17%), маркетинга (13%) и обучения (11%), подчеркивается в исследовании Kontakt InterSearch Russia.

Однако такая работа потребует других инструментов контроля и мотивирования персонала, признают эксперты. Необходимо постоянное отслеживание уровня выгорания и лояльности, вероятно, изменения произойдут и в компетенциях, которые компании будут оценивать у своих текущих и новых сотрудников.

Впрочем, если работодатели не будут готовы к гибкому графику на фоне меняющегося рынка труда, сотрудники могут начать поиск вакансий, удовлетворяющих их новые потребности. Пандемия дала людям возможность провести аудит своей работы и понять, насколько они заинтересованы в развитии в рамках нынешнего работодателя, отмечает Катерина Гаврилова. «В январе многие начали искать работу, и в целом рынок стал более мобильным: те, кого устраивает текущий график и правила, остаются, другие ищут новые вакансии», — заключает она. ■



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

МНОГИМ СТАЛО НЕ ХВАТАТЬ КОММУНИКАЦИИ С КОЛЛЕГАМИ. ТЕСНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И ЖИВАЯ ДИСКУССИЯ ВАЖНЫ ПРАКТИЧЕСКИ, ОСОБЕННО ПРИ ЗАПУСКЕ НОВЫХ ПРОЕКТОВ

ДОМ С ВИДОМ НА МОРЕ

НА НАМЫВНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ ВАСИЛЬЕВСКОГО ОСТРОВА СТАРТОВАЛИ ПРОДАЖИ НОВОГО ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА БИЗНЕС-КЛАССА «АКВИЛОН ZALIVE» ГРУППЫ «АКВИЛОН».

К ЧЕТВЕРТОМУ КВАРТАЛУ 2023 ГОДА, КОГДА БУДЕТ СДАНА ЕГО ПЕРВАЯ ОЧЕРЕДЬ, ИЗМЕНЯТСЯ СОЦИАЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ЭТОЙ ЧАСТИ ГОРОДА И ЕЕ БЛАГОУСТРОЙСТВО, ГОВОРЯТ В АДМИНИСТРАЦИИ РАЙОНА. В ПЕРСПЕКТИВЕ, ПО РАСЧЕТАМ ДЕВЕЛОПЕРОВ, НАМЫВНЫЕ ТЕРРИТОРИИ СТАНУТ ЕЩЕ ОДНИМ ЦЕНТРОМ СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ. НАТАЛЬЯ ЛАВРИНОВИЧ

«Ключевое преимущество намывных территорий — расположение: неподалеку от исторической части Васильевского острова, с видом на залив. У локации с такими характеристиками есть отличный потенциал,— говорит руководитель консалтингового центра «Петербургская недвижимость» (входит в Setl Group) Ольга Трошева.— А с повышением уровня благоустройства увеличится и привлекательность проектов на рынке, территория станет по-настоящему интересной для инвесторов и бизнеса. Сбербанк, к примеру, уже сообщил о планах открыть головной петербургский офис на намыве. Такие объекты повышают престиж места, а стоимость недвижимости здесь начинает расти, что и произошло в случае с „Газпромом“ в Приморском районе».

В первой очереди «Аквилон Zalive» продается 1768 квартир площадью от 22,9 до 81,2 кв. м: от студий до трехкомнатных, с классическими и европейскими планировками, в которых кухня совмещена с гостиной. Всего в жилом комплексе возведут пять тринадцатитажных домов общей площадью 156 тыс. кв. м, многоэтажный и подземный паркинги на 669 и 225 мест соответственно. Компания внесет вклад и в формирование инфраструктуры, построив в шаговой доступности школу на 400 учеников и два детских сада, каждый на 80 мест.

Глава администрации Василеостровского района Санкт-Петербурга Эдуард Ильин уверен, что процесс социального обустройства намывных территорий сдвинулся с мертвой точки. «В ближайшие годы на намыве планируется размещение 14 детских садов общей наполняемостью 1605 мест, семи школ (4760 мест), амбулаторно-поликлинического учреждения на 800 посещений, кабинета врача общей практики не менее чем на 400 кв. м, шести объектов охраны общественного правопорядка. Заключены соглашения с застройщиками, реализующими жилищное строительство на намывной территории Васильевского острова, о строительстве и передаче в собственность Петербурга девяти детских садов, шести школ и кабинета врача общей практики,— описывает планирование

социальной инфраструктуры господин Ильин.— Мы прекрасно понимаем важность и первостепенность решения данной проблемы и, как вы видите, делаем все для максимального ускорения решения вопросов. Что касается парков и скверов, то благоустройство обоих берегов реки Смоленки от Наличного моста до истока включено в программу национального проекта „Жилье и городская среда“. В 2022 году планируется изготовление проектно-сметной документации, а выполнение строительно-монтажных работ — в 2023–2024 годах, по одному берегу реки за год».

СОЛНЦЕ НА НАБЕРЕЖНОЙ Основная идея «Аквилон Zalive» — максимум света, солнца и морского воздуха в каждой квартире. На нее работает и остекление во всю стену во входных зонах, и остекленные в пол балконы и лоджии, и на 30% увеличенные энергоэффективные окна: подоконники расположены в 60 см от уровня пола, а сами окна оборудованы защитными детскими замками. Большинство квартир обращено на запад, любоваться закатом можно будет каждый вечер. Кроме того, в каждой квартире установят индивидуальные приточные вентиляционные клапаны, которые впустят морской бриз, при этом сохранив комфортное тепло. Сдавать недвижимость девелопер планирует с предчистовой отделкой white box, за дополнительную плату предлагая один из трех вариантов чистовой отделки.

За ландшафт в «Аквилон Zalive» отвечает студия дизайна Derevorpark, осуществлявшая, в частности, авторский шеф-надзор над зелеными насаждениями в ходе создания второй очереди Новой Голландии. Вдоль западной части комплекса появятся два сквера, во дворах для создания рельефа будут использованы многоуровневое освещение и геопластика. В них впишут детские и спортивные площадки, велопарковки. Визитной карточкой станет «Зеленая набережная» — трехсотметровая пешеходная аллея с зонами отдыха и цветочными островами.

Комплекс строится по стандарту Э4, разработанному девелопером, в который он вкладывает принципы экономии, эколо-

гичности, эргономики и энергоэффективности. Пример последней Э — технология «Termo-S»: керамический кирпич, утепленный цоколь и кровля зданий, многокамерные стеклопакеты позволят сохранить тепло и сэкономить на коммунальных платежах.

Кроме того, в каждой квартире группы «Аквилон» появится обновленная версия «умной» системы inHOME. «Мы позаботились об автоматизации рутинных задач, чтобы у жителей появилось больше свободного времени,— рассказывает директор компании Виталий Коробов.— Управлять квартирой и контролировать коммунальные услуги теперь можно через мобильное приложение. „Умные“ решения мы стандартизировали для всех строящихся объектов и сегментов: комфорт, бизнес, премиум».

С помощью слаботочных сетей и Wi-Fi система активируется на планшете, дополнительно ее можно установить на смартфон. Программа позволяет, в частности, следить за счетчиками и передавать их показания в управляющую компанию; мониторить датчики задымления, затопления и контроля открытия дверей; транслировать установленные в ЖК камеры видеонаблюдения; контролировать освещение с помощью голосового помощника; заказывать услуги сантехника или электрика; участвовать в общедомовом голосовании. Предусмотрена функция бесключевого доступа на территорию жилого комплекса. Еще одна новинка системы образца 2021 года — энергосберегающий режим stand by: можно неплохо сэкономить на платежах, включив его на время уикенда за городом или отпуску.

ЭКОНОМИТЬ НА ПРОЦЕНТАХ Цена студии в «Аквилон Zalive» стартует от 4,7 млн рублей. «Для инвестора это интересное предложение,— считает Ольга Трошева.— Объектов по такой цене на рынке сейчас немного. В статусных локациях, например, в Московском районе, студия с отделкой может стоить и 6 млн рублей. Поэтому покупка жилья на намыве с точки зрения вложений на долгосрочную

перспективу — хорошее приобретение». По словам госпожи Трошевой, ждать снижения цен на первичном рынке не придется, и дело не только в экономической ситуации и зависимости от роста курса валют: «Объем предложения на рынке по-прежнему ограничен, и в первую очередь раскупаются наиболее бюджетные и ликвидные варианты жилья. Кроме того, продолжается переход на эскроу-счета, уже свыше 50% проектов в предложении реализуется по новой схеме, а значит, у застройщиков теперь есть обязательства перед банками придерживаться согласованной схемы продаж и плановых цен. Поэтому, конечно, привлекательное по цене предложение, да еще и в проекте неподалеку от центра города должно заинтересовать покупателей».

Продажа квартир в «Аквилон Zalive» также осуществляется через эскроу-счета. «Это нормальный формат взаимодействия застройщиков и покупателей, весь цивилизованный мир работает через эскроу,— подчеркивают в компании.— Мы изначально были готовы к новой схеме работы, у нас выстроены многолетние отношения с крупными банками, открыты кредитные линии. Поэтому для нас переход на новую схему прошел спокойно, а для дольщиков и вовсе незаметно. В качестве минуса можно выделить растущую себестоимость проектов, реализуемых с привлечением проектного финансирования. С другой стороны, дольщики получили дополнительную гарантию надежности, и это несомненный плюс».

С апреля компания выступила с предложением оформлять ипотеку на объекты в Петербурге под 2,99% годовых. «Спрос на эту программу высокий с первого дня запуска,— рассказывает руководитель отдела продаж группы «Аквилон» Егор Федоров.— Практический каждый клиент, который оформляет ипотеку, запрашивает расчет по сниженной ставке. Банк-партнер достаточно лоялен, и все заявки, поданные нашими клиентами, получают одобрение. Популярность программы понятна: условия позволяют заемщику сэкономить около 1 млн рублей. И это чистая выгода».



БОЛЬШИНСТВО КВАРТИР В КОМПЛЕКСЕ ОБРАЩЕНО НА ЗАПАД. В КАЖДОЙ — ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ВЕНТИЛЯЦИЯ, КОТОРАЯ ПОЗВОЛИТ ВПУСТИТЬ МОРСКОЙ БРИЗ, ПРИ ЭТОМ СОХРАНИВ КОМФОРТНОЕ ТЕПЛО

ВАГОНОВ ПУСТЫЕ ОКНА

ЗА ГОД, ЧТО ПЕТЕРБУРГ ПЕРЕЖИВАЕТ ПАНДЕМИЮ, ПАССАЖИРОПОТОК НА ОБЩЕСТВЕННОМ ТРАНСПОРТЕ — ЕДВА ЛИ НЕ САМЫЙ ОЧЕВИДНЫЙ И ПУБЛИЧНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ДИНАМИКИ ЖИЗНИ В ГОРОДЕ — ТАК И НЕ ВОССТАНОВИЛСЯ. НА АВТОБУСАХ, ТРАМВАЯХ И МЕТРО ПЕРЕДВИГАЕТСЯ В СРЕДНЕМ НА 20% МЕНЬШЕ ЛЮДЕЙ, ЧЕМ В 2019 ГОДУ. КАК СНИЖЕНИЕ КОРРЕСПОНДЕНЦИЙ ВЛИЯЕТ НА ОБЛИК ПЕТЕРБУРГА, ИЗУЧАЛА ЯНА ВОЙЦЕХОВСКАЯ.

Падение спроса на товары привело к беспрецедентному сокращению объема предоставляемых транспортных услуг во всем мире. Перспективы неутешительны: по итогам 2020 года мировой объем грузовых перевозок сократился на 36%, а потери российских транспортных компаний составят 230 млрд рублей, подсчитали в Счетной палате.

В апреле 2021 года пассажиропоток на общественном транспорте впервые пробил планку в 80% по сравнению с показателями допандемийного 2019 года, сообщил глава комитета по транспорту Петербурга Кирилл Поляков. Прогноза, с какими операционными показателями транспортный блок закончит год, пока нет. Предполагать, удастся ли выйти на 85–87% от трафика 2019 года, можно будет после окончания первого полугодия, подчеркнул господин Поляков.

В первом квартале в метрополитене зафиксировано 112,8 млн транзакций, на наземном транспорте — 152,4 млн платежей, что говорит о количестве передвигающихся по городу пассажиров. А за весь 2019 год ГУП «Петербургский метрополитен» перевезло 762,3 млн пассажиров.

Пассажиропоток в автобусах и метро Петербурга поставил антирекорды в марте — апреле прошлого года, снизившись до 20% объема года 2019. К осени показатели восстановились, но к концу периода количество людей, пользующихся общественным транспортом, все равно оставалось меньше показателей предыдущего года на треть. Для сравнения, в Лондоне строгая изоляция, введенная в Великобритании в марте 2020 года, привела к сокращению количества поездок на метро на 95%.

ЦИФРА К ЦИФРЕ По данным на март 2021 года, в метро передвигается на 19% меньше человек, чем в 2019 году. Государственные и частные автобусные перевозчики фиксируют падение на 12–14%. Аэропорт Пулково принимает почти на 20% меньше путешественников. Железная дорога в дальнем сообщении сократила перевозки на 25%, пригородные электрички — на 12%. Заходы пассажирских судов в Большой порт Санкт-Петербург прекратились, а грузовые суда уменьшили отправления более чем на 40%, сообщили в комитете по транспорту.

Руководитель филиала компании ЦКТ (предоставляет услуги для бизнеса) в Петербурге Алексей Биляк подчеркивает, что на фоне снижения пассажиропотока сократилось и количество автобусов на улицах города — машины ездят реже. Метрополитен, оптимизируя издержки, даже стал закрывать станции раньше. Корректировка графика, по оценкам экспертов, позволяет подземке экономить до 5% ежедневных расходов. Перевозчики, продол-



ПРОСЕВШАЯ ПРИБЫЛЬ ТРАНСПОРТНЫХ ГОСКОМПАНИЙ МОЖЕТ СДВИНУТЬ ПЛАНЫ ПО ОБНОВЛЕНИЮ ПОДВИЖНОГО СОСТАВА, СТРОИТЕЛЬСТВУ ПАРКОВ ДЛЯ АВТОБУСОВ И НЕПЕРВООЧЕРЕДНЫЕ РЕМОНТЫ

жает господин Биляк, таким образом пытаются окупать издержки, ведь у техники высокая стоимость обслуживания.

Кроме сокращения количества поездок по работе в связи с переходом на удаленный режим, снизилось перемещение и по другим целям: люди не выходят лишний раз в театры, бары и рестораны, считает специалист.

Из данных Петростата следует, что сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) транспортных компаний в 2020 году снизился более чем на 70% — до 30,9 млрд рублей, убытки выросли в шесть раз — до 41 млрд рублей.

ЭФФЕКТЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ За низкими показателями пассажиропотока на общественном транспорте последовал рост субсидий и тарифов. Эксперты, опрошенные SR, считают, что к концу 2021 года, вероятно, встанет вопрос о субсидиях из бюджета, а также о повышении тарифов выше инфляции. Согласно проекту бюджета Петербурга на 2021 год, субсидия на перевозку пассажиров для госперевозчиков составит в общей сложности 23,6 млрд рублей. По заявлению Кирилла Полякова, цены на проезд в будущем году, как и программа финансирования для трех городских ГУПов («Пассажиравто-

транс», «Горэлектротранс» и «Петербургский метрополитен»), по согласованию с комитетом финансов будет определяться после первого полугодия 2021 года. Он не исключает, что для некоторых госпредприятий будет достаточно оптимизировать издержки, но также могут быть сдвинуты на более поздний срок проекты, требующие инвестиций. Вероятно, это обновление подвижного состава, строительство новых парков для автобусов, первоочередные ремонты.

Однако бюджетные субсидии не влияют на частные компании, например, с падающими показателями вынужден работать аэропорт Пулково, построенный по концессии. Как сообщал «Ъ» ранее, управляющая компания аэропорта «Воздушные ворота Северной столицы» (ВВСС) во второй раз за последний год переносит сроки согласования развития Пулково с региональными властями. Это объясняется мировым кризисом в авиаотрасли, на фоне которого тяжело прогнозировать темпы восстановления пассажиропотока, от которого зависят вложения в инфраструктуру. После прошлогоднего падения операционных показателей почти в два раза (до 11 млн человек), в 2021 году авиагавань может обслужить около 14 млн человек, что сопоставимо с динамикой 2014

года. И хотя ряд международных направлений открыт для российских путешественников, основу трафика сформируют перелеты на внутренних линиях, рассчитывают в ВВСС.

Вторая очередь строительства аэропорта оценивается в €400 млн. В 2017–2019 годах Пулково приблизился к пороговому значению пропускной способности существующего терминала, в связи с чем активизировалось обсуждение строительства новой очереди. Стоимость первой фазы строительства составила €1,2 млрд.

СМЕЖНЫЕ СФЕРЫ COVID-19 изменил и сформировавшиеся транспортные привычки. Например, многие города начали расширять сеть велосипедных дорожек.

Очевидно на улице стало меньше пожилых людей, в том числе в их излюбленных местах времяпрепровождения — парках и скверах, а также людей с ограниченными возможностями и сопутствующими заболеваниями из-за рисков заболевания, отмечает Алексей Биляк. «На фоне снижения трафика на центральных улицах города появилось огромное количество закрытых точек бизнеса, тут и там мелькающие надписи "аренда" и "продажа"», — добавляет он. Только в результате первой волны к осени 2020 года в Петербурге было закрыто около 6% субъектов малого и среднего предпринимательства. Это более 20 тыс. предпринимателей, заявляла Елена Церетели, председатель Общественного совета по развитию малого предпринимательства при губернаторе Петербурга.

Все это сильно ударило по бизнесу сферы услуг, а другим предприятиям пришлось оперативно разворачиваться и следовать за своим клиентом за город, считает господин Биляк. «Произошел быстрый рост услуг доставки, особенно еды и продуктов питания. Компаниям, которые обеспечивают комфортную жизнь современного человека, пришлось везти за город телевидение и интернет, мебель и декор, интерьер и все для ремонта», — рассказывает он.

Сокращение числа пассажиров также повлияло и на смежные отрасли. «Если вспомнить 2010–2012 годы, то все борта автобусов и внутренний интерьер были завешены рекламой. Сейчас с учетом сниженного пассажиропотока позволить себе рекламу в общественном транспорте могут только крупные компании: операторы связи, большие бренды. Очевидно, что небольшие компании ушли в интернет или на другие площадки, так как они не могут себе позволить дорогую рекламу с такой низкой отдачей», — уверен господин Биляк. На билбордах в городе стало больше социальной рекламы — сначала она касалась ношения масок, теперь активно анонсируется кампания по вакцинации. ■



ТЕПЕРЬ ПОПАСТЬ В РОССИЮ ИЗ СТРАНЫ, С КОТОРОЙ НЕТ ПРЯМОГО АВИАСООБЩЕНИЯ, ИНОСТРАННЫЙ БИЗНЕСМЕН МОЖЕТ ТОЛЬКО С РАЗРЕШЕНИЯ ФСБ И ВИЦЕ-ПРЕМЬЕРА ТАТЬЯНЫ ГОЛИКОВОЙ

КОВИД ПОМЕШАЛ ОБКАШЛЯТЬ ВОПРОСЫ

ЛОКДАУН УДАРИЛ ПО ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В СТРАНЕ, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ — ВСЛЕДСТВИЕ ОГРАНИЧЕНИЙ НА ПЕРЕМЕЩЕНИЕ УЧАСТНИКОВ ПЕРЕГОВОРНЫХ ПРОЦЕССОВ, А ЗНАЧИТ — И СЛОЖНОСТЕЙ С КОММУНИКАЦИЕЙ. ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ, КОТОРЫЙ СЧИТАЕТСЯ ОДНИМ ИЗ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ПЕТЕРБУРГА, СУЩЕСТВЕННО ПРОСЕЛ, И В МАСШТАБЕ РОССИИ, ПО ОЦЕНКАМ ЭКСПЕРТОВ, НАЧНЕТ ВОССТАНОВЛЕНИЕ В ЛУЧШЕМ СЛУЧАЕ В СЛЕДУЮЩЕМ ГОДУ. АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА

Пандемия негативно сказалась на всем пассажиропотоке, и деловой туризм не стал исключением. Повсеместный локдаун и различные ограничения, введенные правительствами стран, сформировали альтернативный формат коммуникации в бизнес-сфере. По некоторым оценкам, в 2020 году количество онлайн-мероприятий выросло в четыре раза. «Все возможные конференции перенесли в онлайн-среду, туда же перешли предприниматели», — говорит основатель компании «Купибилет» Сергей Пирожников. — По нашим данным, общий пассажиропоток по международным и внутренним направлениям снизился на 30–40% относительно допандемических значений». Аналогичные оценки приводит директор по развитию сети апарт-отелей YE'S Антон Агапов: «Количество деловых поездок сократилось на 30–35% по отношению к 2019 году. В марте 2020-го, в начале пандемии, бизнес-туризм был сведен практически к нулю. Динамика к изменению наметилась летом в связи с ослаблением ограничительных мер, и уже к началу 2021 года поток деловых поездок восстановился до 70% и продолжает расти».

В пик пандемии в апреле прошлого года в сфере бизнес-туризма произошло падение на 97% к тому же периоду 2019 года. К августу отрасль восстановилась на 25%, но, по прогнозам общественной организации «Деловая Россия», возвращение к прежнему уровню может растянуться на три-четыре года.

По данным эксперта по международному туризму Института мировой экономики и бизнеса РУДН Мохаммеда Селима, на долю делового туризма приходится около четверти мирового туристического потока. «Львиная доля в деловом туризме — это групповые и частные корпоративные поездки (73%), поездки для участия в конференциях и семинарах (16%), туры с целью посещения выставок (11%), — перечисляет он. — Сегодня доступны только частные корпоративные поездки, причем только для тех стран, которые не вводили или не имеют строгих карантинных мер». Благодаря Роспотребнадзору, который контролирует деловые поездки в России, их активность снизилась колоссально, продолжает эксперт. Для того чтобы иностранный бизнесмен, инвестор или их группа могли въехать в Россию из третьей страны, с которой нет прямого авиасообщения, при наличии деловой визы, они

должны получить разрешение от ФСБ и письмо-поддержку от вице-премьера России Татьяны Голиковой. «Сейчас многие бизнесмены мира не могут приехать в Россию, включая страны — ключевые партнеры: США, Китай, страны ЕС, Саудовскую Аравию и другие», — констатирует господин Селим.

НЕВЬЕЗДНЫЕ ПРИВЫЧКИ По данным ГК «Институт тренинга — АРБ Про», число переговоров о развитии и сотрудничестве с существующими и потенциальными контрагентами в инвестирующих компаниях в прошлом году сократилось на 25–40%, число поездок на такие переговоры высших руководителей — в 2,5–3 раза, в основном благодаря переносу переговоров в онлайн.

Генеральный директор FinHelp Павел Вешаев, опираясь на данные по расходам в управленческой отчетности, делает вывод, что затраты на деловые поездки, командировочные, представительские упали на 50–80%. «Командировки если и используются, то в случае крайней необходимости. Причем если раньше они были обязательны для переговоров с госорганами, то и те на удаленке начали пользоваться видеоконференцсвязью, сводя количество очных встреч к минимуму», — замечает он. Управляющий директор агентства делового туризма Coati Travel Регина Рудакова приводит данные своей компании: «Доля деловых путешествий (командировок по России) в прошлом году сократилась на 68% по сравнению с 2019 годом. Доля туризма выездного (командировки за рубеж) — на 84,7%. Причем остальные 15,3% улетевших за рубеж командированных пришлось на первый квартал 2020 года, когда пандемия еще казалась не серьезной проблемой».

Генеральный директор компании «Байбородин и партнеры» (юристы для турбизнеса) Александр Байбородин рассказывает, что в крупных компаниях, таких как «Мегафон», «Билайн», МТС, «Ашан», количество командировок упало в разы или даже в десятки раз. «Некоторые руководители действуют по такой логике: попробуем месяц не ездить, а решать все удаленно. Что в итоге? Ничего не разрушилось, процессы не встали. Значит, можно и дальше экономить и не летать. Хотя бы временно», — объясняет он.

По словам руководителя направления краткосрочной аренды сервиса «Авито

Недвижимость» Артема Кромочкина, самыми популярными городами для поездок по итогам 2020 года и зимой 2021 были деловые центры страны — Москва и Санкт-Петербург. Но люди хотят жить более изолированно, с соблюдением мер безопасности. «Согласно нашему исследованию, все больше людей в командировках предпочитают пользоваться краткосрочной арендой недвижимости, а не услугами отелей и гостиниц, прежде всего потому, что не хотят лишний раз контактировать с персоналом на ресепшен и другими постояльцами», — добавляет собеседник SR.

ДЕНЬГИ НЕ ИДУТ НА КОНТАКТ В период пандемии заметен и спад по привлечению инвестиций во всех отраслях, что частично связано с тотальным локдауном. Снижение объема вложений в первой половине 2020 года в России составило 60%. «В минувшем году произошел большой отток иностранного капитала с российского рынка. Во-первых, инвесторы в период кризиса стремились переводить свои средства в защищенные активы. Во-вторых, отмена Петербургского международного экономического форума и других профессиональных деловых форумов, на которых обычно заключаются новые сделки и подписываются контракты, привела к тому, что не были запущены новые инвестиционные проекты», — рассуждает Антон Агапов. — В прошлом году отодвигались и сроки реализации подписанных контрактов, соответственно, оценить объемы, в которых пандемия повлияла на инвестиционную сферу в целом, можно будет в конце 2021 — начале 2022 года».

Цены на участие в ПМЭФ, запланированном на июнь 2021 года, удивили величиной — по сравнению с позапрошлым, допандемическим годом они выросли почти в два раза: 840 тыс. рублей за стандартный билет и 960 тыс. — за премиальный. При этом на момент старта продаж до конца не было ясно, будет ли Владимир Путин принимать в форуме участие очно. Вход на ПМЭФ в 2019 году стоил 350 тыс. рублей, за возможность попасть на пленарное заседание с участием президента нужно было заплатить 410 тыс.

Впрочем, есть мнение, что форум — всего лишь «ярмарка», где крупные компании соревнуются в стоимости и пафосности своих стендов, нежели реальная площадка для инвестиционного роста. «Конечно, в рамках таких мероприятий

как, например, ПМЭФ, компании находят партнеров и потенциальных инвесторов, но это не единоразовые переговоры. Договоренности на площадке всегда были продолжением уже существующего диалога или его началом, а «ивенты» — скорее площадкой для торжественного подписания контрактов, местом, где об этом событии можно было заявить масштабно и привлечь внимание как со стороны игроков рынка, так и со стороны прессы. Поэтому с приходом пандемии и введением ограничений на массовые мероприятия те компании, которые нуждались в получении средств, нашли новые каналы для коммуникации с инвесторами», — уверен основатель и генеральный директор рекламного агентства «Траст Групп» Геннадий Ахмедов. С ним согласен руководитель стратегического консалтинга «АРБ Про» Демид Голиков: «В каком-то смысле, например, мост на остров Русский или платные дороги в Санкт-Петербурге — это результат развития правительственного и связанного с ним делового туризма. Но я уверен, что в будущем можно будет заключать соглашения на строительство мостов и дорог без традиционно масштабного бизнес-туризма, без расходования ресурсов на „экспофорумы“».

Так или иначе, для нормализации делового потока необходимо четко выработать единые для всех стран критерии, которые позволят людям перемещаться по миру. Это может быть безоговорочная необходимость вакцинирования, наличие анти-тел к вирусу или иные условия. Важный момент — возвращение к нормальной системе международных перелетов, которое произойдет после открытия границ.

Пик ограничений в сфере делового туризма пройден, подчеркивает менеджер по работе с ключевыми клиентами «Мосивент» Полина Адамович, и сейчас наблюдается повышенная востребованность в этой сфере, сдерживаемая остающимися ограничениями: «В связи с началом массовой вакцинации мы ожидаем серьезный рост в сфере внутреннего делового туризма. По нашим данным, уровень востребованности отелей для деловых мероприятий на популярных туристических направлениях этой весной будет даже выше, чем в 2019 году». В Санкт-Петербурге это отчасти подтверждается: отели города на даты проведения ПМЭФ уже находятся в высокой степени бронирования. ■

СОБЛЮДАЙТЕ ДИСТАНЦИЮ ПРИ ОБРАЩЕНИИ

В ПРОШЛОМ ГОДУ РЯД УСПЕШНЫХ РАЗМЕЩЕНИЙ ПОВЛЕК ЗНАЧИТЕЛЬНЫЙ РОСТ РЫНКА IPO. ЭКСПЕРТЫ ПРОГНОЗИРУЮТ УВЕЛИЧЕНИЕ ИНТЕРЕСА К ЭТОМУ ИНСТРУМЕНТУ, ОСОБЕННО СО СТОРОНЫ ОНЛАЙН-СЕРВИСОВ, КОТОРЫЕ «ВЫСТРЕЛИЛИ» В ПАНДЕМИЮ. АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА

По данным портала о слияниях и поглощениях в России Mergers.ru, в 2020 году наблюдался резкий рост интереса к рынку IPO/SPO, его количественные значения приблизились к 2012–2013 годам. «Объем рынка IPO с марта по конец декабря 2020 года составил около \$2 млрд. Это значительно выше показателей последних пяти-семи лет, — рассказывает менеджер проекта Катерина Туфанова. — Всего в России мы отметили 17 размещений, из них первичных — пять. С начала карантина в 2020 году было четыре IPO, при этом все они проходили во втором полугодии, когда первая волна пандемии пошла на спад».

Среди них — продажа бумаг Kismet Acquisition One Corp., несмотря на то что компанию лишь условно можно назвать российской (ее владелец — российский бизнесмен Иван Таврин). Она относится к так называемым SPAC (Special Purpose Acquisition Company) — фирмам без активов, которые привлекают инвестиции для будущих сделок по слиянию и поглощению. В 2021 году господин Таврин вывел на IPO еще две такие компании — Kismet Acquisition Two Corp. и Kismet Acquisition Three Corp. В результате трех размещений он привлек \$700 млн. В прошлом году также «Совкомфлот» и ГК «Самолет» провели размещение на Московской бирже, где первая привлекла около \$550 млн, а вторая — \$37 млн.

АБСОЛЮТНЫЙ ДРАЙВЕР Самым обсуждаемым IPO 2020 года аналитики единогласно считают выход OZON на NASDAQ. 24 ноября компания разместила 33 млн депозитарных расписок и привлекла \$990 млн. Старший партнер Baring Vostok Capital Partners Елена Иващенко, выступая на торжественном запуске торгов на Московской бирже 25 ноября, окрестила выход OZON «сумасшедшим успехом». В декабре стало известно, что андеррайтеры полностью реализовали свой опцион на покупку дополнительных 4,95 млн обыкновенных акций компании. В результате 37,95 ADS были приобретены новыми инвесторами, а компания в ходе размещения получила более \$1 млрд.

В самой OZON предпочитают не комментировать соответствие ожиданий полученному результату, ограничиваясь инвестиционными планами. «В 2021 году капитальные затраты OZON, ожидается, составят 20–25 млрд рублей. В ближайшие два-три года логистическая инфраструктура значительно увеличится: мы введем в эксплуатацию новые фулфилмент-фабрики и сортировочные центры, увеличим парк автотранспорта, чтобы быстро масштабировать бизнес и наращивать долю рынка, — сообщили в пресс-службе интернет-гиганта. — Также мы развиваем новые бизнес-направления, в том числе финтех-сервисы для покупателей и продавцов и сервис быстрой доставки OZON Express, который в этом году планирует региональную экспансию. Кроме



ИРО ПОСЛЕДНЕГО ГОДА ВСТЯХНУЛИ РЫНОК, КАК MAIL.RU В 2010-М И «ЯНДЕКС» — В 2011-М, ВЗБОДРИЛИ PRIVATE EQUITY ИНВЕСТИТОРОВ И ПОБУДИЛИ К ВЛОЖЕНИЯМ В КОМПАНИИ «НОВОЙ ЭКОНОМИКИ»

этого, укрепляем IT-инфраструктуру и продолжаем совершенствовать платформы для клиентов и продавцов. Все это требует инвестиций».

Вдохновившись успехом своего маркетплейса, в январе основной владелец лесопромышленного холдинга Segezha Group АФК «Система» сообщила, что в 2021 году при наличии рыночных условий готовит компанию к IPO. 12 апреля ПАО «Сеgezha Групп» объявило о намерении провести на Московской бирже первичное публичное предложение обыкновенных акций нового выпуска с привлечением не менее 30 млрд рублей и опцион доразмещения вторичных акций. Средства от первичного предложения планируется направить на финансирование инвестпрограммы Segezha Group и оптимизацию долговой нагрузки. Опцион доразмещения вторичных акций в объеме до 15% от размещаемых будет предоставлен крупнейшим акционером группы — АФК «Система» — либо одной из ее дочерних компаний. «В соответствии с прогнозами Segezha Group на основании текущих проектов, общий объем капитальных затрат до 2025 года включительно составит 32 млрд рублей, из которых 23 млрд будет направлено на реализацию инвестиционных проектов в рамках утвержденного бизнес-плана на 2021–2025 годы», — говорится в сообщении компании.

В начале марта прошло успешное IPO ритейлера Fix Price. Компания вывела акции на Лондонскую биржу по цене \$9,75 за штуку. Было размещено 178,37 млн — около 21% от общего числа выпущенных акций, объем размещения оценивается в \$1,74 млрд.

По мнению Катерины Туфановой, опыт OZON оказал значительное влияние на бизнес. «После него многие компании телекоммуникационного и b2c-секторов заявили о планах провести IPO либо вывести

на биржу свои подразделения — X5 Retail Group (онлайн-сервисы), «Вкусвилл», Mail.ru Group (игровое подразделение), ЦИАН, «Делимобиль», Dodo Brands», — перечисляет она. Сами игроки отказались комментировать свои планы.

КОНВЕРТИРОВАТЬ В РУБЛИ ОНЛАЙН

Пандемия и последовавшая самоизоляция ускорили популяризацию цифровых сервисов, направленных на розничного потребителя: онлайн-магазины, сервисы по доставке и другие проекты, позволяющие выполнить то или иное действие удаленно. По оценкам аналитиков, эти бизнесы масштабируются и растут в цене, что позволяет им рассматривать вариант привлечения средств через IPO. Тезис подтверждают сами эмитенты. По словам генерального директора АО «Светофор Групп» (оператор образовательных услуг по подготовке водителей) Артема Догаева, пандемия положительно сказалась на планах компании вывести акции в обращение на бирже. «Наш основной продукт представляет собой дистанционную образовательную IT-платформу, позволяющую проводить лекции в прямом эфире с применением интерактивных задач в режиме реального времени для большого количества участников. В пандемию такие продукты показали максимальную востребованность среди клиентов», — объясняет господин Догаев.

IPO «Светофор Групп» на Московской бирже состоялось в январе. Это размещение свидетельствует о решительности не только гигантов бизнеса, но и менее крупных компаний так привлекать внешние средства, считают в Mergers.ru. Начало публичного обращения обыкновенных акций Артем Догаев оценивает как успешное. «Мы считаем, что рыночные котировки отражают текущие настроения инвесторов, — сказал он. — Привлечен-

ные средства в виде эмиссионного дохода будут направлены на НИОКР в области дистанционного онлайн-обучения и коммерциализацию его результатов. Компания развивается в рамках принятой пятилетней финансовой модели». «Светофор Групп» планировала провести размещение собственных акций на бирже ММВБ еще в 2019 году, но скорректировала планы из-за общей ситуации на рынке, а также в связи с размещением биржевых облигаций, сообщил гендиректор компании.

ОТКРЫТЫЙ ВЗГЛЯД

История, пока не получившая успешного завершения, — IPO онлайн-кинотеатра ivi. «Компания заявила о планах проведения размещения в США одновременно с OZON. Однако 18 декабря в Госдуму были внесены поправки в закон «Об информации, информационных технологиях и защите информации», которые предполагают регламентирование структуры собственности работающих преимущественно в России онлайн-кинотеатров, или, как они называются в законе, аудиовизуальных сервисов. Доля иностранцев в них должна быть ограничена 20%. Поправки делают размещение на американской бирже бессмысленным, отметили аналитики, и 13 января 2021 года стало известно, что ivi решила отложить IPO. В марте сообщалось, что компания может изменить корпоративную структуру для его проведения, поэтому есть все шансы, что в 2021 году мы увидим и это размещение», — рассказывает Катерина Туфанова. В ivi не ответили на запрос SR.

Также известно, что возможность проведения IPO рассматривает российский оператор экспресс-доставки документов и грузов СДЭК. Его генеральный директор Леонид Гольдорт сообщил, что первым шагом компании на пути к публичности станет размещение облигаций на Московской бирже. За счет выпуска планируется привлечь \$136 млн, а направить эти средства, в частности, на развитие IT-платформы, создание собственного маркетплейса и сети постаматов.

По выражению председателя совета директоров «Голдман Сакс Банка» Дмитрия Седова, сделки последних 12 месяцев разбудили рынок, как в 2010 году — IPO Mail.ru, а в 2011-м — «Яндекса», взбудрили private equity инвесторов, побудили к инвестициям в компании «новой экономики». Катерина Туфанова в ближайшее время ожидает публичных размещений компаний сегмента b2c, использующих цифровые услуги, — доставка, покупки, комбинированные сервисы и, возможно, сфера развлечений, а также технологических компаний b2b-сферы. На фоне интереса к рынку IPO компании традиционных отраслей (топливной, металлургической, машиностроительной), ранее не проводившие размещения, также будут иметь в виду этот вариант, как и сравнительно небольшие компании, не рассматривавшие этот инструмент. ■

ПРОДОЛЖАЕТСЯ ПОДПИСКА НА ГАЗЕТУ «КОММЕРСАНТЪ»

Ищите нас в официальном каталоге Почты России
«Подписные издания»

Коммерсантъ (понеделник-пятница)

П5554 - на полугодие

П5547 - на любой срок

Коммерсантъ (суббота)

П4672 - на любой срок

Вы также можете обратиться
в агентства альтернативной подписки:

— ООО «СЗА „Прессинформ“» (тел. 337-16-26),

— ООО «Урал-Пресс СПб» (тел.: 378-66-44, 677-32-07).

**ПОДПИСЫВАЕМСЯ ПОД КАЖДЫМ СЛОВОМ.
ПОДПИШИТЕСЬ И ВЫ.**

ТЕМАТИЧЕСКИЕ
СТРАНИЦЫ

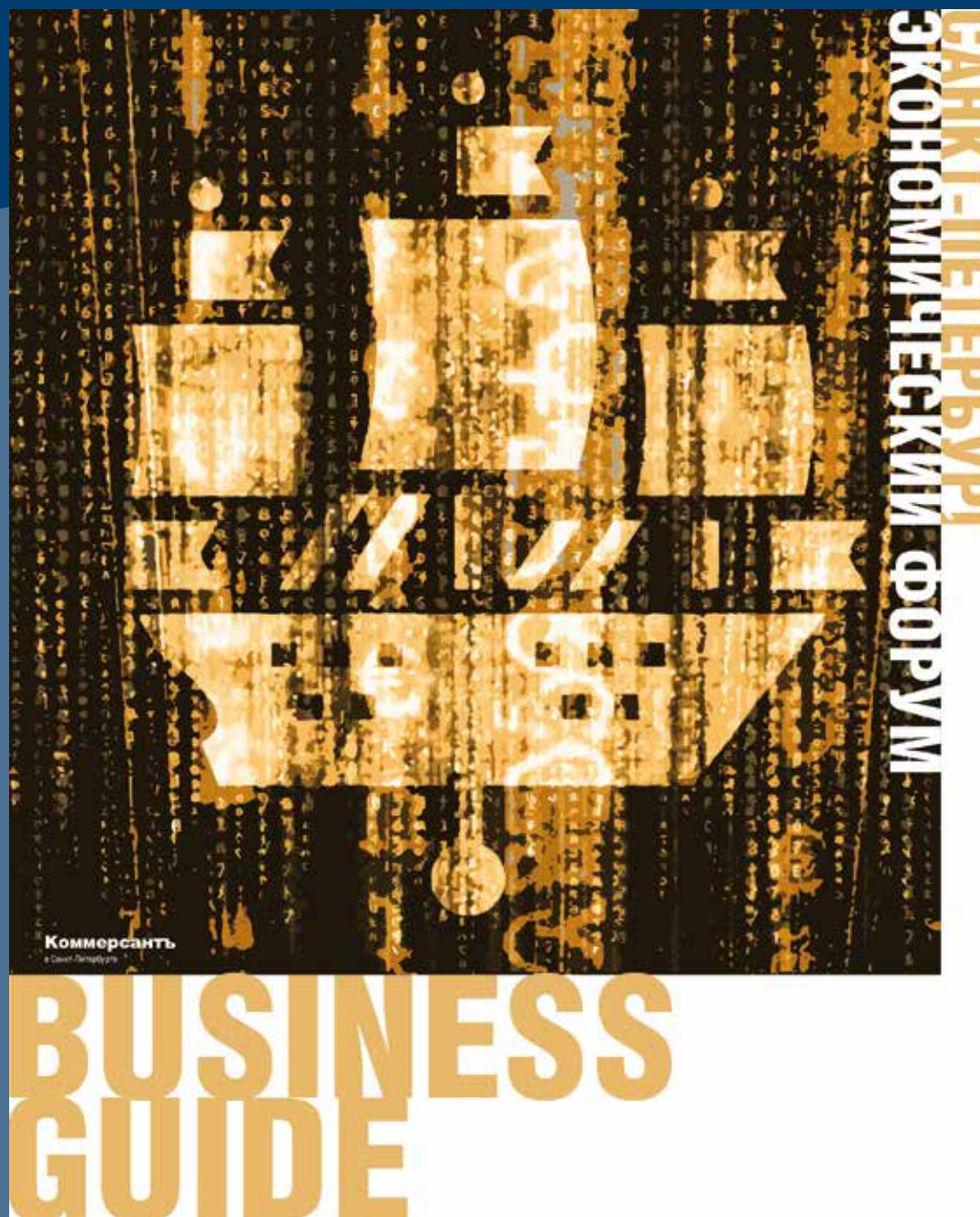
Коммерсантъ

ПРОЕКТ СЕРИИ
BUSINESS GUIDE —
«ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ».

Со страниц приложения
читатель сможет узнать
о темах, которые прозвучат
на Петербургском
международном
экономическом форуме
в 2021 году, что нового
внесено в программу
форума и какие важные
вопросы развития
Российской Федерации
будут рассмотрены.

Распространение — вместе с газетой «Коммерсантъ»,
а также ежедневно на территории проведения
Петербургского международного экономического
форума в конгрессно-выставочном центре «Экспофорум»:

- на стойках для прессы;
- в брендированной зоне «Коммерсантъ ФМ»;
- в официальных автомобилях форума;
- на стендах наших партнеров.



ФОРМАТ — А3.
РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ С ГАЗЕТОЙ «КОММЕРСАНТЪ»

3 июня 2021 года

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ВЫПУСКЕ
(812) 325-85-96, e-mail: reklama@spb.kommersant.ru