

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ЭКОНОМИКА РАЗВИТИЯ

С ОГЛЯДКОЙ
НА ОТВЕТСТВЕННОСТЬ / 15
КВОТА НА ПРИРОДУ / 16
ОТСТРОИТЬСЯ
ОТ РАЗВАЛИН / 20



Вторник, 25 мая 2021 №37
(№7049 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №13–28
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Зарегистрировано в Роскомнадзоре
ПИ №ФС77-76924 9 октября 2019 года
Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге

BUSINESS GUIDE

ПАРТНЕРЫ ВЫПУСКА



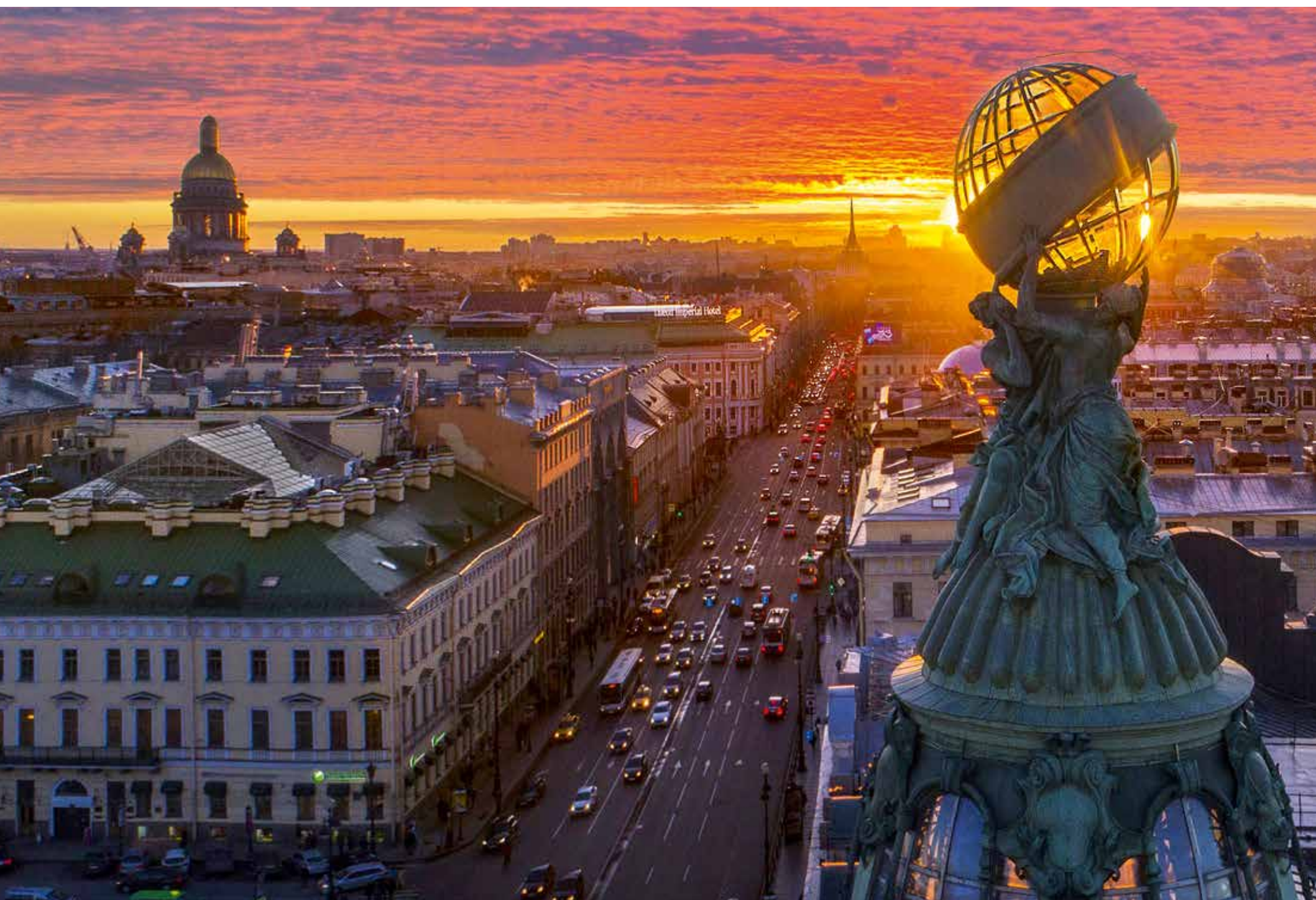
Билайн®
Бизнес



РЕКЛАМА

ВЕЩЬ ДЕЛ

с «Коммерсантом» **spb.kommersant.ru**



SPB.KOMMERSANT.RU

ОДНО ИЗ САМЫХ АВТОРИТЕТНЫХ
И ВЛИЯТЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ
ДЛЯ ЛЮДЕЙ, ПРИНИМАЮЩИХ РЕШЕНИЯ

ОБЪЕКТИВНОЕ ОТНОШЕНИЕ
К ФАКТАМ, КОМПЕТЕНТНОСТЬ
И БЕСПРИСТРАСТНОСТЬ

ТОЧНЫЕ ПРОГНОЗЫ И ГЛУБОКИЙ АНАЛИЗ





ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ЭКОНОМИКА РАЗВИТИЯ»

К ВОПРОСАМ
ЭКОЛОГИЧЕСКОГО
ВОСПИТАНИЯ

Все российские инициативы по сохранению природы или действия властей, направленные на улучшение экологии, очень часто носят декоративный, какой-то ненастоящий характер. Поэтому значительного эффекта пока не дают. Вроде бы в стране все как у людей: есть штрафы за загрязнение, есть волонтерские движения, есть, наконец, программы по спасению окружающей среды. Но ситуация кардинально не меняется. Возможно, проблема состоит в том, что ни контролирующие органы, ни организации, выполняющие программы по спасению природы, сами не верят в нужность и полезность своих действий. Чаще всего в отечественной природоохране идет просто копирование западного опыта. Найдутся те, кто возразит, что и в Европе часто природоохранные действия носят показной характер. И что скандал с известным автоконцерном, случившийся шесть лет назад и получивший название «дизельгейт», этому подтверждение. Разумеется, люди везде одинаковы, и перед соблазном наживы не могут устоять не только российские бизнесмены, особенно если есть шанс, что это сойдет с рук.

Но все-таки процент потребителей и производителей, осознанно подходящих к вопросам экологии, в Европе несравнимо выше. Чтобы это понять, достаточно пройтись по лесам соседней Финляндии — или даже лесополосам, находящимся в черте городов. Найдти там мусор практически нереально. Это демонстрирует, что даже на частном уровне люди отдают отчет своим действиям и стремятся не допускать загрязнения ареала обитания. О ситуации в российских лесах, прилегающих к городам, соотечественникам рассказывать не нужно.

Отчего-то кажется, что проблема грязи рядом с домом увязана с проблемами местного самоуправления. Когда у муниципалитета будет руководитель, который знает, что за грязь в парках и лесах с него могут спросить на следующих выборах, он станет тратить больше усилий на сохранение чистоты. Для этих целей он будет активнее проводить воспитательную работу среди населения. А воспитанное население станет уже более ответственно относиться и к глобальным вопросам экологии. Но для этого в людях надо сначала воспитать понимание, что это они — хозяева на своей земле. А с этим у нас все как-то не ладится.

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

С ОГЛЯДКОЙ
НА ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
ПОКУПКИ С ПРИЦЕЛОМ НА ЭКОЛОГИЧЕСКУЮ СОСТАВЛЯЮЩУЮ
ТОВАРА И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОМПАНИИ, ВЫПУСТИВШЕЙ ЕГО,
ДАВНО СТАЛИ ТРЕНДОМ В РАЗВИТЫХ СТРАНАХ И НАБИРАЮТ
ОБОРОТЫ В РОССИИ. ЭКСПЕРТЫ ПРОГНОЗИРУЮТ, ЧТО ТЕНДЕНЦИЯ
НА ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ В СТРАНЕ БУДЕТ УСИЛИВАТЬСЯ,
ХОТЯ РАЗВИТИЕ И НЕ БУДЕТ БЫСТРЫМ. ДМИТРИЙ МАТВЕЕВ

Начальник отдела развития компании «Эко-Экспресс-Сервис» Алина Назарова оценивает число российских потребителей, уделяющих внимание экологической составляющей при выборе товара, примерно в 25%, но оно увеличивается с каждым годом — это обусловлено экологическим просвещением и работой некоммерческих организаций с населением, а чем больше у потребителя информации об особенностях экомаркировок, тем вероятнее он отдаст предпочтение продукту с таким знаком на полке.

За последнее время наблюдается значительный рост потребления товаров экологического производства среди российских покупателей, отмечает генеральный директор Botavikos Яна Вершигрук. На такую динамику повлияло несколько факторов: популяризация среди населения здорового образа жизни и употребления экопродуктов, недоверие производителям, которые используют в составе продукции ГМО, увеличение аллергических реакций на продукты питания и косметику и рост числа заболеваний аутоиммунного характера.

Что касается fashion-индустрии, говорит руководитель российского бренда одежды NRK1987 (часть экосистемы Freedom Group) Мария Виноградова, то покупатели смотрят на состав вещи, который должен быть экологичным, без вредных примесей, а используемая при окрашивании вещей краска не должна быть вредна для тела и в целом для здоровья человека. Таких сознательных потребителей в России сейчас примерно 30%, полагает эксперт, и это число постоянно растет.

Руководитель проектов «ЗОЖ и филеры» компании «Ашан Ритейл Россия» Игорь Тараканов полагает, что почти 50% российских потребителей не просто задумываются об экологии, но и готовы активно поддерживать инициативы, покупая экологические товары. Директор по коммуникациям TetraPak на Украине, в России, Белоруссии, Центральной Азии, странах Кавказа и Восточной Европы Екатерина Волкова со ссылкой на ежегодное исследование потребительского поведения «Индекс TetraPak» указывает, что в 2020 году для 49% опрошенных экологические проблемы остались наиболее серьезным вызовом для общества, несмотря на общее смещение фокуса на проблемы, связанные с пандемией COVID-19.

Сооснователь сервиса аренды вещей Next2U Екатерина Крайванова ссылается на недавний доклад НИУ ВШЭ, согласно которому после пандемии каждый четвер-



ТРЕНД НА ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ДЛЯ РОССИЯН СКОРЕЕ ТОЛЬКО ЗАРОЖДАЕТСЯ, В ТО ВРЕМЯ КАК ЗАПАДНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ БЛИЖЕ ЗНАКОМ С ЭТИМИ ПРИНЦИПАМИ

тый россиянин стал обращать внимание на качество и экологичность выбираемых товаров и услуг. По данным AC Nielsen, только 12% россиян покупают экологические продукты, и этот показатель один из самых низких в Европе, рассказывает генеральный директор компании «Буарон» в России Ирина Никулина. Число ответственных потребителей, тем не менее, растет, причем под давлением разных факторов: так, отдельный сбор мусора идет в массы в основном благодаря давлению государства и экоактивистов. Считается, что в Москве уже более 90% пунктов сбора мусора предполагают сортировку. В остальных же направлениях очень заметно влияние бизнеса и корпораций.

Руководитель практики устойчивого развития Accenture в России Ирина Мусина ссылается на собственное исследование компании: 64% опрошенных участников сектора оптовой и розничной торговли утверждают, что спрос и ожидания потребителей являются главными причинами заниматься повесткой устойчивого развития. В целом более чем для 50% компаний из разных отраслей потребители являются одним из ключевых драйверов устойчивого развития и занимают второе место после ожиданий и требований со стороны инвесторов.

Количество ответственных потребителей в РФ нелегко определить, говорит доцент экономического факультета РУДН

Сергей Черников, однако по исследованиям российских и международных агентств можно установить вилку в 10–15% от всех потребителей. «В большей части доступных маркетинговых исследований утверждается, что тренд на экологичность в целом набирает в мире обороты. Однако это „вообще“. На каждом рынке своя атмосфера, и при уточнении нередко оказывается, что наиболее выражен этот тренд либо у среднего класса, либо среди идеологически накаченных стран Европы. Безусловно, если любому человеку задать вопрос: „Хотите ли вы есть здоровую пищу или вредную“, все ответят: „Здоровую“. Однако продажи чипсов при этом почему-то только растут. Динамика же в первую очередь зависит от располагаемых доходов», — подчеркивает он.

ЕВРОПЕЙСКАЯ МОДА По словам господина Черникова, средний класс с сопоставимыми расходами практически в любой развивающейся стране старается брать пример с западных коллег с поправкой на культурные особенности. Моду на экологичность в целом задает Европа, поэтому и паттерны поведения здесь все импортные.

Юрист компании Zharov Group Сюзанна Торосян отмечает, что в настоящее время в стране примерно 61% граждан, для которых уменьшение разрушающего влияния на природу могло бы перевесить устоявшиеся потребительские привычки. → 16

ПОТРЕБЛЕНИЕ

15 → При этом покупатели во многих странах мира готовы к весомой разнице в цене за органические продукты — таковых около 41%, за товары, не причиняющие вред природе, — примерно 38%, поддерживающие социальную ответственность — примерно 30%. Она подчеркивает, что состоятельные граждане готовы переплачивать, если товар обозначен словом «эко».

Алина Назарова в качестве примера европейского подхода к ответственно-му потреблению приводит Германию, где можно сдать пивные банки из алюминия в магазине и сразу получить скидку на покупку продуктов. Ирина Никулина указывает, что если во Франции наличие эко-ли биосертификата является фактором выбора, то в России уровень доверия к сертификатам как к таковым очень низок: российский потребитель не хочет платить за экологичность товаров, считая это маркетинговой уловкой.

Мария Виноградова напоминает, что на Западе курс на экологичность потребители взяли давно и, например, массово отказываются от пластиковых пакетов в пользу сумок-шоперов из экологически чистых материалов. При этом в России шоперы тоже постепенно становятся популярными. То же самое касается и упаковки купленной одежды, где все чаще используется крафтовая бумага.

Тренд на ответственное потребление для россиян скорее только зарождается, в то время как западный покупатель ближе знаком с этими принципами, говорит

Екатерина Волкова: в среднем российские потребители проявляют экологическую озабоченность в меньшей степени: 69% по сравнению с 75% потребителей в мире, согласно исследованию компании за 2019 год.

Екатерина Крайванова подчеркивает, что каршеринг, аренда товаров, пробный период перед покупкой — это та реальность, в которой мы живем и будем жить. При этом на Западе эта тенденция прослеживается достаточно давно: крупнейшие сети магазинов одежды дают своим покупателям возможность взять вещи в аренду по подписке: заплатив один раз фиксированную стоимость, можно менять предметы гардероба в зависимости от потребностей.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СТИМУЛ Игорь Тараканов полагает, что стимулировать российских потребителей уделять больше внимания экологической составляющей при выборе товара могут широкое освещение кейсов компаний, поддерживающих экологичные решения, и государственная поддержка. «Потребитель должен четко понимать, что его действия действительно приносят пользу. Так, при совершении покупок покупатель может отказаться от пластиковых пакетов, тем самым сокращая потребление пластика... Еще один способ — поощрение бонусами. Отличный пример (в „Ашане“.— **BG**) — установка фандоматов, где клиенты могут сдать алюминиевые банки и пластиковые

бутылки на переработку и получить за это бонусные баллы», — говорит он.

Ирина Никулина отмечает, что стимулом для ответственного потребления может быть понимание непосредственного влияния на наше здоровье уже сегодня, а не через предполагаемые 200 лет. «К примеру, в Европе установили, что 50% материковых вод сегодня содержат „остатки“ лекарственных формул — гормональных препаратов, противосудорожных, антидепрессантов. Ведь долгое время просроченные лекарства отправлялись в канализацию, не говоря о том, что некоторые препараты и не перерабатываются полностью даже организмом — эти активные вещества или их метаболиты возвращаются в окружающую среду, а затем — в питьевую воду. Осознание этого факта напрямую приводит к выводу, что самые часто принимаемые лекарства должны быть не просто эффективными, но и максимально экологичными, должны оставлять минимальный след в окружающей среде», — поясняет она.

Руководитель практики устойчивого развития Accenture в России солидарна с коллегами в том, что нужно повышать грамотность россиян в вопросах экологии, так как сейчас наблюдается недостаток информации, который поможет покупателям принимать правильные решения и осознавать последствия своего выбора. Во-вторых, нужны доступность и выбор: до сих пор на рынке по отдельным категориям товаров существует дефицит эко-

гичных продуктов. При этом на экотовары производители устанавливают более высокую стоимость. В-третьих, необходимо взаимодействие с покупателями и создание большего количества инициатив, которые вовлекают потребителей в вопросы экологии.

Сергей Черников подчеркивает, что проблема стимулирования состоит в том, что экологическая составляющая с потребительской стороны обычно означает либо ущемление себя (по вкусу, удобству, затратам времени), либо увеличение стоимости: для сопоставимых загрязнений обычно требуется чуть больше экологического чистящего средства, органические продукты меньше хранятся, их сложнее найти на полках и стоят они часто дороже. Для конкуренции с обычными товарами эти недостатки должны компенсироваться некоей внутренней ценностью и возможностью потребителей «это себе позволить».

«Безусловно, если потребителю дать выбор между двумя товарами по сопоставимой цене, множество людей выберет более экологичный, даже если он будет стоить на 1–5% дороже. Но в целом для стимуляции необходимо одновременно давать информацию о важности экологичности потребления и при этом субсидировать производство такой местной продукции на государственном уровне. Европе понадобились для этого десятилетия, так что это игра вдолгую», — заключает эксперт. ■

КВОТА НА ПРИРОДУ

ЕЖЕГОДНЫЕ РАСХОДЫ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ НА ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ СОСТАВЛЯЮТ МЕНЕЕ 1% ОТ ВВП. ПРИ ЭТОМ МНОГИЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ТРАТЯТ НА ПРИРОДОСБЕРЕГАЮЩИЕ МЕРОПРИЯТИЯ ДАЖЕ МЕНЬШЕ, ЧЕМ ПОЛОЖЕНО ПО ЗАКОНУ, ТАК КАК ВЗЫСКАТЬ С НИХ НЕУПЛАЧЕННЫЕ СУММЫ В ВИДЕ ШТРАФОВ НЕЛЕГКО. СТИМУЛИРОВАТЬ БИЗНЕС РАБОТАТЬ ЧИСТО МОЖЕТ ТОРГОВЛЯ КВОТАМИ, КОТОРАЯ В ПОРЯДКЕ ЭКСПЕРИМЕНТА СЕЙЧАС ВНЕДРЯЕТСЯ НА САХАЛИНЕ.

КСЕНИЯ ПОТАПОВА

Законы РФ предусматривают обязательность затрат предприятий на экологию. ФЗ №7 от 10.01.2002 в качестве одного из принципов указывает платность природопользования и необходимость компенсации негативного воздействия на окружающую среду (НВОС) в результате хозяйственной деятельности физических и юридических лиц. Этот же закон перечисляет виды НВОС, за которые взимается плата: выбросы и сбросы загрязняющих веществ, размещение отходов. По степени вреда объекты, оказывающие НВОС, разделены на четыре категории (I–IV).

Размер платежа зависит от вида негативного воздействия, видов загрязняющих веществ, а также от объемов загрязнения. При этом к тарифным ставкам с 2021 года дополнительно применяется общий коэффициент индексации тарифов 1,08, предусматривающий повышение выплат за любые виды загрязнений еще на 8%. Кроме тарифов за выбросы, существует экосбор, который любые внутренние предприятия-производители или торговые компании-импортеры должны платить, если они

не выполняют нормативы на утилизацию товаров и упаковки, когда товар теряет качество и уже не может быть реализован.

При этом Ольга Новикова, доцент Института энергетики Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого (СПбПУ), отмечает, что внесение платы за НВОС не освобождает плательщика от мероприятий по охране окружающей среды и от уплаты в полном объеме возмещения вреда окружающей среде и здоровью человека.

«Мероприятия по охране окружающей среды на предприятиях могут быть пассивными и активными. К первым относится надлежащее содержание капсредств и оборудования, вторые — это, например, активное внедрение безотходных технологий, улавливание CO₂, внедрение энергосбережения. Такие мероприятия стимулируют переход компании к устойчивому развитию, делая ее более экологичной, и одновременно позволяют сэкономить средства на штрафах и платежах», — поясняет Валерия Минчичова, доцент Департамента мировой экономики и междуна-

родного бизнеса, заместитель директора Института финансовой грамотности Финансового университета при правительстве РФ.

В пресс-службе пивоваренной компании «Балтика» отмечают, что устойчивое развитие стало одним из ключевых направлений инвестиций в компании с 2017 года. Компания вложила более 1,6 млрд рублей в строительство биологических очистных сооружений в Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге и Новосибирске. В 2020 году инвестиции были направлены на модернизацию метантенков для сбора биогаза с очистных сооружений в Туле и Ярославле, что позволит нарастить объем использования биогаза (сейчас 10% от объема закупок природного газа для заводских котельных). В сентябре 2020-го компания начала переводить автопарк на природный газ — метан. Топливные расходы таких автомобилей снизились на 40%.

КТО ТРАТИТ БОЛЬШЕ? Валерия Минчичова отмечает, что в России не все компании стремятся открыть информацию по

работе в сфере экологии. Так, например, согласно Рейтингу открытости экологической информации горнодобывающих и металлургических компаний России 2020, составленному Всемирным фондом дикой природы совместно с Национальным рейтинговым агентством и ЮНЕП, лидерами рейтинга являются «Кинросс голд», «Полиметалл», «Полюс», «СДС-Уголь», «Металлоинвест», аутсайдерами — «Колмар УК», «Коул-стар», Ловозерский ГОК, «Южуралзолото», «Русал» находится на 19-м месте, «Мечел» — на 26-м. Например, «Южуралзолото» вовсе получило 0 баллов за раскрытие информации.

Как поясняет Петр Пушкарев, шеф-аналитик TeleTrade, в десятку лидеров по суммам затрат на защиту природы в последние годы входили такие компании, как «Норникель», «Илим», Архангельский ЦБК, «Уралкалий», «Росатом», «Фосагро», «Сургутнефтегаз», «Роснефть», «Металлоинвест», «Энел Россия». «Первая тройка из перечисленных производств в среднем расходовала на экологические мероприятия около 3,8% от выручки. → 18

ЭКОЛОГИЧЕСКИ ОСОЗНАННЫЙ ВЫБОР

В СВОЕЙ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИЗНЕС ВЛИЯЕТ НА СОСТОЯНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ. С КАЖДЫМ ГОДОМ РАСТЕТ ЧИСЛО КОМПАНИЙ, ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ В ВЫСТРАИВАНИИ ВНУТРЕННИХ ПРОЦЕССОВ ТАКИМ ОБРАЗОМ, ЧТОБЫ СПОСОБСТВОВАТЬ СОКРАЩЕНИЮ НЕГАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЭКОЛОГИЮ. ПРИ ЭТОМ ДЛЯ НЕКОТОРЫХ ИЗ НИХ СОБЛЮДЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ СТАНДАРТОВ — НЕ ПРОСТО ДАНЬ МОДЕ, А ЧАСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ, НАЦЕЛЕННОЙ НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ НА ПУТИ К УГЛЕРОДНОЙ НЕЙТРАЛЬНОСТИ. МАРИЯ КУЗНЕЦОВА

Серьезный подход к экологии традиционно характерен для скандинавских стран, причем он появился задолго до того, как экоповестка стала модным явлением. По мнению собеседников BG, бережное отношение к экологии можно назвать «частью генетического кода жителей Скандинавии». Неудивительно, что уже на протяжении многих лет Финляндия, согласно исследованиям Центра экологической политики и права при Йельском университете, занимает первое место в рейтинге государств по уровню экологической эффективности. Эта страна, по данным World Happiness Report за 2021 год, также является лидером в списке самых счастливых стран мира: она занимает первое место уже четвертый раз подряд.

Экологические ценности разделяют и финские производители, вопросы устойчивого развития для которых становятся стратегически важными, а ответственным отношением к экологии — «сердцем» корпоративного портфолио. Среди них выделяется компания Kiilto, которая ставит принципы экологической осознанности в основу своей стратегии на ближайшие годы. «Мы стремимся стать экологическим лидером отрасли, настоящим примером ответственного отношения к будущему», — говорят представители компании. Для реализации подобной задачи в 2018 году Kiilto запустила амбициозную международную программу Our Promise to the Environment («Наше обещание окружающей среде»), затрагивающую четыре направления деятельности: энергию, упаковку и логистику, материалы и услуги. «Программа охватывает все рабочие процессы — от повседневных дел до инновационных разработок, от стратегии до поддержки клиентов на их предприятиях», — объясняют в Kiilto.

Эксперты подчеркивают, что любая стратегия, направленная на защиту окружающей среды, должна быть измеримой и подкрепляться регламентами и управленческими инструментами для оценки ее эффективности. В Kiilto следуют по этому пути. Так, в рамках реализации направления «Зеленая энергия» к 2025 году производитель планирует снизить потребление энергии на тонну произведенной продукции на 20% по сравнению с 2010 годом, а к 2028 году — полностью перейти на возобновляемую энергию, сделав все процессы углеродно нейтральными. На текущий момент она уже реализована на 52%.

По направлению «Зеленые материалы» к 2025 году компания намерена удвоить использование переработанного и возобновляемого сырья на химических заводах, вдвое сократить количество отходов, а также использовать в пять раз больше переработанного и возобновляемого сырья на



ПОДДЕРЖАНИЕ ПРИНЦИПОВ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ТЕПЕРЬ УЖЕ ВОПРОС НЕ МОДЫ, А БИЗНЕС-НЕОБХОДИМОСТИ

заводах по производству сухих смесей. «Наша цель 2025 года сейчас реализована на 74% (9,722 тонны)», — отмечают в Kiilto.

«Зеленая упаковка и логистика» подразумевает увеличение до 70% к 2025 году использования материалов для упаковки из возобновляемого и переработанного сырья. Данная цель сейчас реализована на 68% (2,376 тонны). При этом к 2022 году Kiilto намерена добавить экологическую информацию о переработке на каждый товар, а также внедряет принципы экономики замкнутого цикла в области упаковки. Так, например, российское подразделение Kiilto сейчас находится на этапе смены упаковки для продукции, которая представлена на рынке в пластиковых ведрах, на ведра из вторичного пластика.

Что касается «Зеленых услуг», то в рамках своей просветительской деятельности компания планирует к 2023 году сократить на 50 тонн в год, а затем на 200 тонн в год использование расходных материалов клиентами Kiilto. «Ежегодно наши тренинги по устойчивому развитию проходят около 30 тыс. человек», — говорят в компании.

На текущий момент компании уже удалось добиться немалых результатов. С 2019 года Kiilto участвует в экологических проектах, направленных на борьбу с повышением выбросов углекислого газа, а также собирает упаковку для переработки. В 2020 году производитель стал ориентироваться на принципы устойчивого развития, включив модуль по окружающей среде в свои тренинги, которые прошел весь персонал. Кроме того, с прошлого года Kiilto начала инициировать дискуссии по вопросам окружающей среды на встречах с клиентами.

МИРОВОЙ ТРЕНД В какой-то степени стремление компаний к экологической устойчивости стимулируется примерами,

которые подают мировые лидеры во всех отраслях промышленности: разработкой отчетов в области устойчивого развития, созданием стратегий, постановкой целей и разработкой мероприятий в области охраны окружающей среды. «В основе всех проектов в области экологии лежит принцип, согласно которому легче и дешевле выявить и предотвратить негативные последствия деятельности для окружающей среды, чем обнаружить и исправлять их на стадии ее осуществления», — рассуждает Иван Кухнин, партнер и руководитель группы по оказанию услуг в области устойчивого развития Deloitte.

Таким образом, поддержание принципов экологической устойчивости теперь уже вопрос не моды, а бизнес-необходимости, подчеркивают собеседники BG. «Конечно, в какой-то мере природа способна на самовосстановление, однако у этой способности есть пороговое значение. Чем ближе мировое сообщество подходит к нему, тем больше рисков реализуется», — отмечает Елена Дубовицкая, директор практики услуг по корпоративному управлению и устойчивому развитию PwC в России. Другими словами, экономический эффект от внедрения экологических практик проявляется не только на локальном уровне (например, сокращение использования бумаги или количества электроэнергии), но и глобально, когда компания не несет убытки из-за необходимости восстанавливать свои капитальные строения, поврежденные во время очередного подтопления или любого другого сильного природного явления, продолжает эксперт.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОТИВАЦИЯ Сейчас появилось столько драйверов, мотивирующих компании внедрять принципы устойчивого развития, включая вопросы экологии, что в ближайшем будущем мы скорее бу-

дем удивляться, почему еще остались компании, которые таких принципов не придерживаются, уверены участники рынка. По мнению Игоря Коротецкого, руководителя группы операционных рисков и устойчивого развития КПМГ в России и СНГ, на это влияет ряд ключевых рыночных драйверов: рынки капитала, рынки товаров, банковское кредитование и потребители продукции. «Когда мы говорим о рынках капитала, то речь идет прежде всего о фондах, которые придерживаются принципов ответственного инвестирования. Уже сейчас объем средств таких фондов превышает \$100 трлн. Это очень мощный стимул что-то делать с точки зрения экологической устойчивости, которая является ключевым элементом в аспектах ESG», — объясняет господин Коротецкий.

В части рынков товаров уже сформировался тренд, когда западные контрагенты российских производителей требуют подтверждения соответствия их кодексам поставщиков, в том числе в части экологической составляющей. «Помимо подготовки отчетов об устойчивом развитии, заполнения различных чек-листов, в ряде случаев проводятся инспекционные аудиты, чтобы удостовериться в низком уровне экологических рисков. Все слышаны о „зеленой сделке“ ЕС и о планах ЕС ввести трансграничное углеродное регулирование», — продолжает он. Таким образом, это становится еще одним фактором, уже с точки зрения климата, который заставляет российские компании предпринимать реальные усилия по снижению углеродоемкости продукции, разработке стратегии декарбонизации, реализации климатических проектов и реализации мероприятий по повышению энергоэффективности.

Другой недавний тренд — это интеграция ESG-факторов в бизнес-модели банков, интеграция учета экологических и климатических рисков в процесс кредитования, оценки банковских рисков и предоставления корпоративного финансирования. «Постепенно компании начнут сталкиваться с ситуацией, когда они должны выбрать между опцией снижения экологических рисков или столкнуться с отказом в кредитовании или кредитовании по повышенной ставке», — рассуждает господин Коротецкий. Таким образом, регуляторы будут интегрировать оценки климатических и экологических рисков в оценку кредитных рисков, а это, в свою очередь, будет влиять на кредитный и инвестиционный портфель банков, показатели достаточности капитала и необходимые резервы. Это будет заставлять их пересматривать портфель в пользу компаний, придерживающихся принципов устойчивого развития. ■

16 → Суммы значительные, а по „Норникелю“ они доходили в некоторые годы и до 5%, однако по печальной иронии судьбы именно с деятельностью „Норникеля“ оказалась связана крупнейшая экологическая катастрофа федерального масштаба. В целом же по стране ежегодная доля затрат предприятий и правительства на экологию составляет всего лишь 0,8% от ВВП, но в рамках нацпроекта „Экология“ поставлены задачи увеличить долю таких затрат как минимум вдвое в ближайшие годы», — добавляет эксперт.

Также, по мнению Олега Доронина, основателя компании «Экологические услуги», резидента делового клуба «Эталон», в России компании, которые тратят на экологические мероприятия больше чем предписано законом, как правило, имеют либо долю иностранного капитала, либо собственника-экспата, либо и то, и другое. И делают это чаще всего по двум причинам. Во-первых, для продвижения своего бренда и повышения лояльности у потребителей. Во-вторых, вкладываясь в модернизацию производства и технологии, снижающие негативное воздействие на окружающую среду, они в будущем вернут свои инвестиции, поскольку будут меньше платить государству за НВОС.

НАРУШЕНИЯ И ШТРАФЫ «Понятно, что внедрение экологически более чистых технологий позволит избежать уплаты существенных сумм по НВОС или слишком

высоких сумм на экосборы и штрафы. Но компании часто тратят меньше положенного по закону именно потому, что знают: взыскать с них потом в судебном порядке неуплаченные суммы в виде штрафов проблематично, пока не выработана соответствующая правовая и экологическая культура, а также не обеспечена в достаточной мере независимость судов от частного денежного интереса», — отмечает господин Пушкарёв.

По данным Росприроднадзора за 2020 год, общий ущерб экологии был нанесен почвам или водным объектам различными предприятиями в размере, который потребовал суммы почти в 235 млрд рублей для устранения последствий нарушений, а всего оказалось за год 632 случая нарушения экологического законодательства. «Средний размер вреда, причиненного почвам, — 23 млн рублей, водным объектам, очищать которые сложнее, — 767 млн. Добровольно ущерб был погашен всего на 20,3 млн рублей, что составляет только 0,01% от всей требуемой суммы возмещений. Поэтому получает почти все штрафы Росприроднадзор через судебные иски, однако представители ведомства жалуются, что доказать факт экологического нарушения в суде бывает очень трудно: взыскать реально удалось за прошлый год лишь 3,6 млрд рублей. Хотя, например, это в три раза больше, чем взыскано за весь 2018 год. Можно сказать, что работать Росприрод-

надзор стал интенсивнее: в 2019 году было выписано всего предписаний с расчетами вреда на 20,3 млрд рублей, то есть на порядок меньше, а в 2018 году и того меньше: на 5 млрд. То есть работать по защите экологии в правительстве стали интенсивнее, чувствительность штрафов в смысле их размера для хозяйственной деятельности предприятия у нас тоже вполне заметная, однако в России еще долго придется отлаживать судебную систему, чтобы она по-настоящему эффективно работала на взыскание экологических штрафов», — добавляет господин Пушкарёв.

Дмитрий Богданов, старший юрист CMS Russia, поясняет, что по многим административным правонарушениям в области охраны окружающей среды размер штрафа установлен в виде его минимального и максимального уровней. Максимальный размер штрафа для юридических лиц за нарушения в области экологии составляет 1 млн рублей за одно на нарушение. Но, как правило, при проверке предприятия выявляют несколько десятков нарушений. При этом наложение административного штрафа не снимает с нарушителя обязанность по полному возмещению вреда, причиненного окружающей среде.

Размер штрафа в конкретном случае определяется уполномоченным органом или судом и зависит от вида нарушения, его последствий и иных обстоятельств

дела. По некоторым составам в качестве альтернативы штрафа предусмотрено наказание в виде приостановления деятельности на срок до 90 суток.

В зарубежных странах штрафы за подобные нарушения могут быть на порядок выше. Кроме того, возможно применение иных мер ответственности. «Например, во Франции за нарушение экологических правил юридические лица могут быть привлечены к уголовной и административной ответственности. За это предусмотрены такие санкции, как тюремное заключение в отношении руководителя юридического лица на срок до семи лет и административные штрафы на юридическое лицо в размере до €750 тыс. В Португалии административный штраф, налагаемый на юридических лиц за нарушения в области экологии, может достигать €40 тыс.», — поясняет Дмитрий Богданов.

Во многих странах, помимо штрафов, предусмотрены иные меры принудительного воздействия, такие как ликвидация предприятия, ограничение в правах, конфискация имущества и возмещение ущерба. Некоторые из них схожи с теми, которые могут применяться к нарушителю в рамках российского законодательства.

В ЧЕМ СТИМУЛ? Эксперты полагают, что стимулировать предприятия тратить на экологию больше положенного трудно, но возможно. «На мой взгляд, существующие размеры платы за НВОС пока не стимулируют тратить деньги на минимизацию этого воздействия, если укладываться в нормативы предельно допустимых сбросов. В недавнем выступлении президента РФ по этому поводу было отмечено, что ситуацию необходимо изменить. Поэтому я считаю, что ставки в ближайшее время вырастут. Это может стимулировать развитие замкнутого ресурсного цикла», — полагает Ольга Новикова.

При этом Петр Пушкарёв уверен, что опираться только на систему штрафов сложно. Необходим понятный экономический интерес работать чисто. По мнению эксперта, путь простимулировать предприятия тратить больше на поддержание экобаланса проверен: надо создать рынок квот на различные выбросы и загрязнения, которыми можно торговать. Уже сейчас это общемировой тренд, к которому стараются присоединиться в виде эксперимента или на постоянной основе все больше стран. Если у предприятия маленькие выбросы, то оно может на этом заработать, продав свои неиспользованные квоты тем заводам, которые загрязняют воздух, почву или воду сильнее. Здесь работают понятные финансовые механизмы: это намного эффективнее, чем давить на совесть или кого-то уговаривать.

«Так, например, почти вся операционная прибыль известного производителя электромобилей Tesla до сих пор образуется и покрывается за счет экологических квот, которые компания продает десяткам других производителей авто на обычных бензиновых двигателях и даже производителям гибридных машин. Подобного рода система рынка торговли квотами, пока в порядке эксперимента, внедряется у нас сейчас на Сахалине, где масштаб выбросов пока не так велик и учет вести проще. Если система окажется рабочей и приживется, то правительство готово будет распространить ее и на многие другие регионы страны», — заключает господин Пушкарёв. ■



ЗА 2020 ГОД ОБЩИЙ УЩЕРБ ЭКОЛОГИИ РОССИИ БЫЛ НАНЕСЕН ПОЧВАМ ИЛИ ВОДНЫМ ОБЪЕКТАМ РАЗЛИЧНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ В РАЗМЕРЕ, КОТОРЫЙ ПОТРЕБОВАЛ СУММЫ ПОЧТИ В 235 МЛРД РУБЛЕЙ ДЛЯ УСТРАНЕНИЯ ПОСЛЕДСТВИЙ НАРУШЕНИЙ

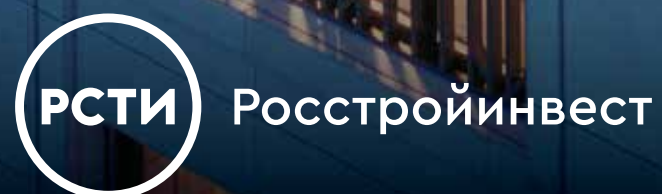
FAMILIA

ДОМ ПРЕМИУМ-КЛАССА



НА ПЕТРОВСКОМ ОСТРОВЕ

Жилой комплекс Familia — камерный проект премиум-класса на Петровском острове. Близость к Крестовскому острову и историческому центру города делает Петровский идеальным местом для тех, кто может себе позволить уединение в сердце Петербурга.



603 86 52 | rsti.ru

*ЖК «Фамилия». Застройщик ООО «РСТИ-Фамилия». Проектная декларация на сайте наш.дом.рф. Адрес участка: г. Санкт-Петербург, Петровский пр., дом 20, лит. С. Реклама

ОТСТРОИТЬСЯ ОТ РАЗВАЛИН

НЕСМОТЯ НА ПОСТОЯННОЕ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО ДЕВЕЛОПЕРСКОГО РЫНКА, УТИЛИЗАЦИЯ СТРОИТЕЛЬНОГО МУСОРА ПО-ПРЕЖНЕМУ СОПРОВОЖДАЕТСЯ РЯДОМ ТРУДНОСТЕЙ. ВПРОЧЕМ, ПО ОЦЕНКАМ ЭКСПЕРТОВ, РАБОТА В ЭТОМ НАПРАВЛЕНИИ УЛУЧШАЕТСЯ, А ЕЕ РЕЗУЛЬТАТ ВО МНОГОМ ЗАВИСИТ ОТ ДОБРОСОВЕСТНОСТИ САМИХ ЗАСТРОЙЩИКОВ И ИХ ПОДРЯДЧИКОВ.

ДМИТРИЙ МАТВЕЕВ

Вопрос строительных отходов — непростой и в большей степени в России нерешенный, говорит управляющий партнер и руководитель отдела экологической сертификации Eco Standard Group Ксения Лукьященко. По законодательству строительная организация должна заключить договор с компанией, которая примет и вывезет мусор либо на полигон, либо на утилизирующее предприятие — в зависимости от вида отходов. «На деле, несмотря на то, что на многих объектах все же заключаются такие договоры, мы все равно видим, как даже в столицах застройщики осуществляют вывоз мусора неправильно. Не имея на то прав, они вывозят отходы на своих машинах на незарегистрированные полигоны, карьеры и мотивируют это тем, что отправлять на специализированный полигон дорого», — отмечает она.

По словам эксперта, в основном на переработку можно сдать бетон, железобетон, кирпич и металл. Некоторые переработчики измельчают отходы во вторичный щебень и используют его для подсыпки дорог и котлованов, тогда материал получается дешевле первичного и хорошего качества. При этом плитку, гипсокартон и даже стекло почти никто не принимает.

Еще одна распространенная проблема, рассказывает госпожа Лукьященко, — недобросовестный подход самих переработчиков: очень многие компании пишут на своих сайтах, что принимают все виды строительного мусора, но на деле лишь могут «нарисовать» любую справку, если она необходима.

«Мы всегда стараемся искать для своих клиентов хорошие организации, которые хоть что-то обещают и имеют определенные мощности. Но в основном принимается только металл и бетонный бой. Остальные строительные отходы чаще всего единой массой отправляется просто на захоронение. При этом по бумагам может проходить другая информация. Так происходит потому, что законодательное регулирование в данной сфере отсутствует», — отмечает специалист.

Усовершенствовать систему можно через программы сбора остатков материалов самими производителями, полагает она, но основная сложность этой идеи — необходимость предварительной сортировки мусора. «Многие наши пантеры-производители часто говорят, что были бы рады перерабатывать свои материалы, но они не могут самостоятельно обеспечить предварительную сортировку отходов, чтобы обеспечить себе необходимые объемы. А застройщики в большинстве своем заниматься этим не готовы», — заключает госпожа Лукьященко.

УТИЛИЗАЦИЯ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Глава российского подразделения международного концерна Xella International (производит продукцию под брендом



В ОСНОВНОМ НА ПЕРЕРАБОТКУ МОЖНО СДАТЬ БЕТОН, ЖЕЛЕЗОБЕТОН, КИРПИЧ И МЕТАЛЛ. НЕКОТОРЫЕ ПЕРЕРАБОТЧИКИ ИЗМЕЛЧАЮТ ОТХОДЫ ВО ВТОРИЧНЫЙ ЩЕБЕНЬ И ИСПОЛЬЗУЮТ ЕГО ДЛЯ ПОДСЫПКИ ДОРОГ И КОТЛОВАНОВ

Ytong) Андрей Башкатов отмечает, что его компания на рынках Западной Европы имеет опыт сбора со строительных площадок отходов от собственной продукции, в России собирает палеты со строек второй год. «Последнее постановление Министерства экологии и природопользования Московской области обязывает строительные площадки собирать отходы отдельно. Утилизация отходов становится серьезной затратной статьей у подрядчиков, и сбор палет не вызывает сопротивления на объектах», — указывает он.

Операционный директор направления «Полимерная изоляция» компании «Технониколь» Алексей Касимов солидарен с управляющим партнером Eco Standard Group в том, что вопрос цивилизованного обращения с ОСС (отходами строительства и сноса) стоит сегодня очень остро. По статистике строительный мусор составляет почти треть всех отходов. Еще в 2008 году в ЕС была принята рамочная директива, согласно которой основным способом борьбы с ростом объема ОСС должна стать переработка этих отходов для дальнейшего использования. Предполагается, что до 70% ОСС должны перерабатываться.

«Мы в 2017 году запустили программу „ТН-Рециклинг“, в рамках которой предлагаем строителям сдавать отслужившую теплоизоляцию, пленки и прочее сдавать на переработку. Единственное строгое

требование — отсутствие крупного мусора и посторонних предметов», — добавляет господин Касимов.

К основным проблемам утилизации строительного мусора эксперт относит отсутствие продуманной инфраструктуры: для того чтобы найти переработчиков, готовых принять сырье для вторичной переработки, найти транспорт, оплатить логистику, приходится тратить много времени, сил и ресурсов, поэтому иногда отправить ОСС на свалку оказывается проще. «Для развития этого направления важно, чтобы помимо сбора строительных отходов, их качественно сепарировали, очищали полистирол от других компонентов... Еще одна сложность связана с содержанием антипирена в строительном утеплителе из полистирола — его наличие мешает вторичной переработке», — говорит он.

Улучшить и усовершенствовать работу по утилизации строительного мусора, считает господин Касимов, можно путем формирования экосистемы из российских компаний, готовых в дальнейшем стать поставщиками сырья для производства вторичного полистирола.

ВОПРОС МЕНТАЛЬНОСТИ

Основная проблема в утилизации строительного мусора заключается не столько в процессе сбора, сколько в переработке и вторичном использовании, соглашается с кол-

легами управляющий партнер бюро Front Architecture Владислав Спицын. «В Европе ситуация обстоит лучше: там переработанный строительный мусор направляют на строительство дорог, в Дании из мусора построили даже горнолыжный курорт. В России вопросы переработки мусора продвигаются сложнее, так как упираются в нашу ментальность и восприятие», — подчеркивает он.

Так, несколько лет назад бюро предлагало использовать мусор для создания ландшафтного парка в Екатеринбурге. По проекту планировалось применять грунт из котлованов и мусор от сносимых зданий для формирования нового рельефа, но проект получил критику со стороны общественности: был принят как интересный, но от реализации отказались.

«Пока главная проблема подобных проектов — низкая заинтересованность. Даже в развитых европейских странах, например в Германии, где перерабатывают около 98% строительных отходов, государственные тендеры проходят без запроса на переработанные материалы. Но в России остро стоит вопрос строительного мусора, количество которого будет только расти после сноса домов по программе реновации. Московские власти нацелены на переработку около 90% всех отходов и повторное использование. В этом же году в Московской области ужесточили штрафы за несанкционированный сброс строительного мусора. По новым требованиям мусор должен утилизироваться и повторно использоваться. Что будет в действительности — покажет время», — говорит господин Спицын.

Для строительных компаний утилизация мусора сегодня не представляет никаких трудностей, констатирует генеральный директор строительной компании GP Group Игорь Грецов: специализированные лицензированные подрядчики работают оперативно, технологии вывоза и утилизации отлажены четко. В 2016–2017 годах произошел резкий скачок цен, стоимость вывоза выросла примерно на 60%, отмечает он, но с тех пор ситуация стабилизировалась.

КЛАССОВАЯ РАЗНИЦА

Генеральный директор группы компаний «Крашмаш» Виктор Казаков отмечает, что в Москве в настоящее время весь объем строительных отходов паспортизируется и вывозится на специальные площадки, а процесс переработки во вторичный материал или утилизации строительных отходов полностью контролируется. В Петербурге и регионах переработка и вывоз осуществляются силами самих компаний при наличии лицензии или нанятых ими специализированных перевозчиков.

Основная масса отходов от демонтажных работ, уточняет он, — это IV–V классы опасности (бой кирпича, железобетона, строительный мусор). Эти типы отходов

могут быть переработаны на месте с помощью мобильных дробильных комплексов и применены вторично — для строительства временных сооружений, подсыпки временных дорог, рекультивации земель. Однако пока вторичное использование строительных отходов развито далеко не так, как хотелось бы, говорит господин Казаков: если в среднем в Европе перерабатывают 98% строительных отходов, то в России этот уровень до сих пор объективно сложно оценить.

Отходы III класса опасности также часто встречаются на стройке — это, например, растворители, лакокрасочные материалы. Отходы I–II классов характерны при демонтаже промышленных предприятий в рамках редевелопмента территорий под жилое и коммерческое строительство.

«Отходы III–V классов опасности вывозятся на специализированные полигоны. И вот здесь мы сталкиваемся с первой большой проблемой: мощности полигонов в Петербурге и многих других регионах РФ практически исчерпаны. Другая глобальная проблема — это нелегальные свалки. К сожалению, ответственность для юридических лиц пока не настолько суровая, чтобы полностью отбить охоту у подрядчиков подготовительного цикла строительства нарушать закон и устраивать свалки в ближайшей лесополосе. На российском рынке демонтажа достаточно много непрофессиональных и некомпетентных подрядчиков, которые не устоят перед искушением сэкономить за счет сокращения плеча вывоза отходов, складируя их в ближайшем лесу», — сетует гендиректор «Крашмаша».

Основные проблемы отрасли связаны с низким развитием направления переработки строительного мусора, соглашается с экспертами руководитель проектов направления «Инжиниринг» группы компаний SRG Александр Курицын. Среди них — низкая ликвидность бизнеса, дефицит точек приема, их недостаточное оснащение и номенклатура приема. Также имеют место недостаточное правовое регулирование и законодательная база, которая способствует скорее захоронению мусора, нежели ресайклингу. «В первую очередь следует сделать отрасль конкурентоспособной посредством законодательства. Так, необходимо повысить штрафы за строительный мусор и увеличить стоимость захоронения, предоставить льготы для бизнеса по переработке и повторному применению строительного мусора», — полагает он.

Заместитель президента МОО «Мусора.Больше.Нет» Петр Левин солидарен со специалистами в части основных проблем отрасли, указывая на то, что большая часть строительных отходов является техническим грунтом, который в 70–80% случаев применяется повторно. «В Петербурге образовывается примерно 4,5 млн тонн отходов в год, из которых 1,5 тонны — это ТКО, еще 1,5 тонны приходится как раз на строительные отходы. Такой грунт некоторые строительные компании продают, а другие его покупают. Так, например, при строительстве временных дорог и котлованов нужен бетонный или кирпичный бой. Кроме того, большой пласт отходов — это металлолом, который сдается в переработку. Поэтому большая часть строительных отходов „ресайклится“, а часть вывозится на полигон. Недобросовестные строители отходы вывозят на неорганизованные свалки», — заключает он. ■

«ЗЕЛЕНое» СТРОИТЕЛЬСТВО ВСЕ ЕЩЕ ЗРЕЕТ

ВПЕРВЫЕ О «ЗЕЛеном» СТРОИТЕЛЬСТВЕ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ЗАГОВОРИЛИ ЕЩЕ В 2000-Е ГОДЫ. ТЕМ НЕ МЕНЕЕ С ТЕХ ПОР ПОВСЕМИСТНОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЭТИ СТАНДАРТЫ НЕ ПОЛУЧИЛИ. ЭКСПЕРТЫ ГОВОРЯТ О НЕОКУПАЕМОСТИ ЗАТРАТ НА ПОВЫШЕНИЕ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ ОБЪЕКТОВ. СЕРТИФИКАЦИЮ ЧАЩЕ ВСЕГО ОБЪЕКТЫ ПРОХОДЯТ, ЕСЛИ ИХ ВЛАДЕЛЕЦ ОРИЕНТИРОВАН НА ПРОДАЖУ ИЛИ СДАЧУ ИХ В АРЕНДУ ЗАРУБЕЖНЫМ ПАРТНЕРАМ. ВПРОЧЕМ, ИЗМЕНЕНИЯ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ МОГУТ ПОМЕНЯТЬ ОТНОШЕНИЕ ДЕВЕЛОПЕРОВ К «ЗЕЛеноМУ» СТРОИТЕЛЬСТВУ.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Эксперты отмечают, что «зеленое» строительство включает в себя комплекс решений, которые имеют разную эффективность и целесообразность для применения в условиях РФ. Игорь Кокорев, руководитель отдела стратегического консалтинга Knight Frank St. Petersburg, говорит: «Например, повышение энергоэффективности здания уже сейчас позволяет получать положительный экономический результат на этапе эксплуатации. В то же время использование солнечных батарей или систем использования „серой“ воды далеко не всегда дает ощутимый положительный финансовый эффект, делающий целесообразным массовое внедрение таких технологий, с учетом затрат на создание и эксплуатацию таких систем. При этом зачастую даже применение комплекса целесообразных решений уже приближает объект недвижимости к возможности получения экологического сертификата».

По-прежнему сегмент коммерческой недвижимости лидирует в получении «зеленых» сертификатов, а жилье имеет сравнительно небольшую долю среди всех сертифицированных зданий, причем, что в целом жилья строится больше, чем коммерческой недвижимости. Однако повышение энергоэффективности в жилищном строительстве также постепенно ведется.

Виктор Заглумин, партнер Bright Rich I CORFAC International, говорит, что девелоперы все-таки не воспринимают использование энергоэффективных и ресурсосберегающих технологий как обязательную характеристику нового объекта. «Сегодня это скорее бонус, „вишенка на торте“. Конечно, если мы не говорим о сертификации как обязательном требовании заказчика в проектах built-to-suit», — указывает эксперт.

Сергей Дроздов, эксперт ИК «Универ Капитал», подтверждает: «Основными драйверами роста сегмента „зеленого“ строительства в России по-прежнему выступают требования внутренних документов иностранных компаний. Поэтому наибольший интерес к сертификации зданий по одной из существующих систем наблюдался в сегментах офисной и торговой недвижимости, в которой покупателями и арендаторами зачастую выступают именно иностранные игроки. В сегменте жилой недвижимости спрос на экологичность жилья не столь высок».

Он отмечает, что в период с 2010 до 2015 года объемы сертификации объектов по стандартам «зеленого» строительства в России устойчиво росли именно под влиянием иностранных арендаторов. Но затем, в свете ухода с нашего рынка ряда иностранных игроков под влиянием санкционных рисков и общего осложнения экономической ситуации, доля «зеленых» объектов во вводимых площадях пошла вниз. В прошлом году дополнительно эта тенденция была усилена воздействием пандемии, которая привела к общему сокращению новых вводимых офисных площадей.

Директор по управлению проектированием сегмента «Жилищное строительство, Россия» концерна ЮИТ Анастасия Горбулина также считает, что в жилищном строительстве Санкт-Петербурга доля проектов, ориентированных на устойчивые решения, практически не увеличилась за последние годы.

СИСТЕМЫ СЕРТИФИКАЦИИ Сегодня существует несколько систем добровольной сертификации. К самым влиятельным можно отнести BREEAM, разработанную в Великобритании в 1990 году, LEED, сформулированную Американским советом по экологическому строительству США в 1998 году, и немецкую DGNB, появившуюся в 2007-м. В 2014 году была разработана российская система сертификации наиболее экологичных и энергоэффективных зданий — Green Zoom.

При прохождении любой сертификации в зависимости от набранных баллов зданию присуждается сертификат определенного уровня, например, в Green Zoom сертификаты бывают бронзовые, серебряные, золотые или платиновые.

В России большинство сертифицированных по экологическому стандарту зданий сосредоточено в столицах. Санкт-Петербург занимает второе место и уступает лишь Москве. «У нас одиннадцать сертифицированных зданий по системе BREEAM и шесть по системе LEED. Хотя и общее количество сертифицированных зданий растет, нужно отметить, что за прошедшие пять лет, вследствие экономического кризиса, новых проектов, получивших именно международную сертификацию, стало меньше», — рассказывает Артем Зубенко, генеральный директор

ООО «Мир квартир элит Крестовский». По его словам, за последние пять лет сертификацию отечественного Green Zoom в Петербурге получили 19 зданий, и тут наблюдается некая положительная динамика. Так, в 2016 году сертификацию прошли четыре здания, в 2017-м — пять зданий, в 2018-м — три, в 2019-м — одно, в 2020-м — четыре. Растет количество строящихся зданий в Петербурге, проектируемых с учетом экологических стандартов, которые в дальнейшем будут сертифицированы, замечает эксперт.

Как показывает практика по зарубежным BREEAM и LEED сертифицируют чаще всего здания, относящиеся к сегментам офисной и коммерческой недвижимости. Также такую сертификацию выбирают знаковые для города проекты или же крупные компании. Например, все объекты Олимпиады 2014 года прошли сертифицирование BREEAM, а небоскреб «Лахта-центр» по результатам оценок критериев экологической эффективности сертифицирован LEED по наивысшему «платиновому уровню». «Мега Парнас» и «Мега Дыбенко» также имеют сертификаты BREEAM. Это объясняется тем, что офисы и торговые площади, прошедшие экологическую сертификацию, имеют приоритет на рынке у иностранных и крупных российских компаний.

«У многих из этих компаний забота об окружающей среде прописана на уровне корпоративных стандартов. Помимо конкурентоспособности, соответствие экологическим стандартам делает здание энергоэффективным: использование „зеленых“ технологий позволяет сэкономить потенциальным арендаторам 10–15% при оплате коммунальных платежей, за счет снижения электро- и теплопотребления», — поясняет господин Зубенко. — Что касается сертификации жилых проектов в Петербурге, то нужно отметить, что их количество сегодня растет. Самый первый в России проект сертифицированный по BREEAM — комплекс „Триумф-парк“ на Дунайском проспекте. Также экологические сертификаты отечественного Green Zoom получили проекты, построенные в Санкт-Петербурге такими застройщиками, как Bonava, „Северный город“, „Эталон“, ЛСР, „Аквilon“, Setl Group, Docklands Development, Bau City Development». → 22

21 → Стоит отметить, что и не имея сертификации, нормы энергоэффективности зданий сегодня регулируются правилами по определению класса энергетической эффективности многоквартирных домов, изданными в 2016 году Министерством строительства РФ, где установлены пять классов: от А до самого низкого Е. У современных новостроек этот класс должен быть не ниже С, а D и E классы могут быть только у исторических домов.

Для того чтобы пройти сертификацию, здание должно быть спроектировано и построено с использованием экологически чистых ресурсов и оборудования, которое позволяет снижать потребляемые ресурсы. К наиболее востребованным в сегменте офисной недвижимости энергоэффективным технологиям относятся установка терморегулирующих головок на радиаторы отопления, «умная» система освещения, подача отопления в зависимости от погоды, а также установка азраторов, позволяющих уменьшить расход воды. Кроме того, девелопер должен обеспечить качественное благоустройство, организовать раздельный сбор мусора и утилизацию отходов и другое.

АРЕНДА ДОРОЖЕ Господин Заглумин отмечает, что бизнес-центры, сертифицированные по «зеленым» стандартам типа LEED или BREEAM, относятся к классу А или В+ и имеют более высокую ставку аренды. «Обычно такого рода объекты привлекательны для международных крупных компаний, которым важно соблюдать корпоративные стандарты и придерживаться общей политики компании в отношении парадигмы «устойчивого развития» (sustainability). Игроки малого и среднего бизнеса при выборе офиса ориентируются прежде всего на ставку аренды и локацию», — говорит он

Что касается складской недвижимости, то строительство с использованием энергоэффективных технологий может рассматриваться девелоперами в основном в отношении проектов built-to-suit, то есть под заказчика, в случае такого запроса с его стороны. Спекулятивных «зеленых» складских объектов на петербургском рынке практически нет, замечает господин Заглумин

НЕДЕШЕВОЕ УДОВОЛЬСТВИЕ Одним из главных сдерживающих факторов в «зеленом» строительстве остается его дороговизна. Господин Дроздов отмечает: «Строительство по „зеленым“ технологиям удорожает объекты в среднем на 10–15% (то есть речь идет о росте себестоимости возведения квадратного метра на 5–20 тыс. рублей). А стоимость коммунальных услуг в России невысока, так что компенсировать эти расходы при дальнейшей эксплуатации зданий не получится — никаких особых льгот для таких объектов российское законодательство не предоставляет. Поэтому подобными проектами в сегменте жилья занимаются преимущественно иностранные девелоперы, работающие на российском рынке. В первую очередь, опять же, в соответствии с практикой, принятой в их странах».

Господин Заглумин считает, что соблюдение «зеленых» стандартов еще больше удорожает строительство — примерно на 15–20%. Однако он верит, что в долгосрочной перспективе эти вложения все-таки можно окупить за счет экономии на операционных расходах и коммунальных платежах.



СЕКТОР КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ЛИДИРУЕТ В ПОЛУЧЕНИИ «ЗЕЛЕННЫХ СЕРТИФИКАТОВ», А ЖИЛЬЕ ИМЕЕТ СРАВНИТЕЛЬНО НЕБОЛЬШУЮ ДОЛЮ СРЕДИ ВСЕХ СЕРТИФИЦИРОВАННЫХ ЗДАНИЙ

Павел Якимчук, партнер, руководитель департамента управления проектами Cushman & Wakefield, приводит такую оценку расходов на «зеленое» строительство: «Есть мнение, основанное на зарубежных исследованиях (в Азии, Северной Америке и Европе), что стоимость „зеленых“ объектов на 3–10% выше, чем „обычных“ зданий. Это только отчасти правда, потому что стоимость строительства „зеленых“ объектов существенно зависит от множества факторов, включая инженерные и архитектурные характеристики, изначально заложенные в проект здания, а также выбранный стандарт „зеленой“ сертификации и стратегия сертифицирования. Даже местоположение объекта может влиять на стоимость».

Но он признает, что говорить про окупаемость достаточно сложно, особенно в России. «Экологические инвестиции имеют очень большой горизонт влияния на объект недвижимости, и, соответственно, сроки окупаемости существенно превышают стандартные сроки, характерные для инвестирования в недвижимость. По сравнению с развитыми экономиками в России еще очень мало институциональных инвесторов, готовых рассматривать денежные потоки в горизонте 15–20 лет, а именно с этих сроков считается окупаемость „зеленых“ инвестиций. При этом говоря об экономическом эффекте для девелоперов и собственников „зеленых“ зданий, необходимо отметить снижение сроков экспозиции подобных объектов и меньшую вакансию. Другим словами, при прочих равных условиях, арендаторы чаще выберут „зеленое“ здание, прини-

мая решение о переезде, и чаще будут принимать решение остаться в нем, рассматривая альтернативы», — рассуждает господин Якимчук.

БЕЗ ВОЗВРАТА Анастасия Горбулина говорит: «Для застройщика „зеленое“ строительство — это капитальные инвестиции без возврата. Здесь у нас нет бизнеса. Можно привести всем понятный пример с применением солнечных электростанций. Застройщик вкладывает деньги в их установку, но вынужден дублировать мощность у поставщика, чтобы избежать перебоев с электричеством для клиентов. В результате клиент получает экономию, так как не платит поставщику электроэнергии во время пользования солнечными электростанциями, а застройщик вкладывает дополнительные инвестиции в оборудование и при этом еще покупает резервную мощность у энергетических поставщиков. В общем, несмотря на то, что экология и идеи устойчивого развития все больше находят отклик у наших клиентов, однако платить за такие решения покупатели жилья в России еще не готовы».

Управляющий директор «Группы ЛСР» Игорь Цой с коллегой согласен: «По сравнению с США или Европой спрос на „зеленые“ жилые здания и „зеленые“ строительные материалы в России гораздо ниже, что определяется низкой стоимостью ресурсов (электроэнергии, тепла, воды) на этапе эксплуатации. Ситуацию должны изменить будущее климатическое регулирование и изменяющиеся предпочтения потребителей, среди которых растет влияние миллениалов,

склонных учитывать экологические и социальные факторы при принятии решения о покупке».

Александр Свинолобов, заместитель генерального директора ООО «Бонава Санкт-Петербург», также считает, что о массовом внедрении «зеленых» технологий в российском девелопменте говорить пока рано. «Например, ряд технологий, связанных с энергоэффективностью и идеей домов с нулевым потреблением энергии, в нашей стране не получил распространения. В зачаточном состоянии, несмотря на разработку регулятором нормативной базы, находится концепция использования клеендеревянных каркасов для многоэтажных домов. Прежде всего из-за устаревших представлений о пожарной безопасности материала. Большинство „зеленых“ технологий, к примеру вентиляция с воздушным тепловым насосом, низкотемпературные системы отопления, вакуумные системы раздельного сбора мусора, солнечные панели и регулируемые жалюзи, слишком дороги и не востребованы на рынке. Говоря об этом аспекте девелопмента, вряд ли стоит отталкиваться от окупаемости. Использование „зеленых“ технологий, как правило, является частью стратегии развития международных компаний и их внутренних стандартов работы. При этом мы точно знаем, что у проектов с высокой степенью внедрения энергоэффективных решений есть свой потребитель. Как правило, это обеспеченные семьи, ответственно относящиеся к потреблению и учету ресурсов», — заключает господин Свинолобов. ■

ДМС НА ПРОФИЛАКТИКЕ

РЫНОК ДМС, ПОСТРАДАВШИЙ ОТ ПАНДЕМИИ, ВОССТАНАВЛИВАЕТСЯ МЕДЛЕННО. СПРОС НА ПОЛИСЫ ОСОБЕННО СОКРАТИЛСЯ У МАЛОГО БИЗНЕСА, А КРУПНЫЕ КОМПАНИИ ОПТИМИЗИРУЮТ ПРОГРАММЫ. ВСЕ ЭТО НЕ КАСАЕТСЯ IT-СЕКТОРА, КОТОРЫЙ, НАПРОТИВ, РАСШИРЯЕТ КОЛИЧЕСТВО ЗАСТРАХОВАННЫХ СОТРУДНИКОВ.

ЛЮБОВЬ ВИКТОРОВА

Рынок ДМС по итогам работы в первом квартале 2021 года пока показывает ожидаемо низкую динамику. Официальных данных ЦБ еще нет, но, по сведениям ряда страховщиков, премии сократились, а выплаты, напротив, растут. По итогам 2020 года премии по ДМС в Петербурге выросли только на 2%, а выплаты — на 8%, количество заключенных договоров снизилось сразу на 68%, хотя, как отмечают страховщики, это может быть связано не только с влиянием пандемии, но и с изменением порядка оформления договоров у крупнейших игроков рынка.

Спрос на ДМС изменился и перераспределен, оставаясь примерно на уровне прошлого года, отмечает генеральный директор АО «Совкомбанк Страхование» Игорь Лаппи. Компании, которые не пострадали от коронакризиса (компании вне сферы услуг, производственные предприятия), не отказываются от ДМС, однако более пристально смотрят на наполнение программ при пролонгации, говорит он. Пострадавшие компании (сфера питания, туризм) серьезно сокращают бюджеты, оставляя лишь базовые важные вещи (чаще всего — лечение постковидных осложнений, реабилитация). Существенно снизился спрос на страхование со стороны нового бизнеса небольшого объема.

По словам господина Лаппи, в подобных ситуациях востребованы продукты с франшизами или классическим софинансированием. «В нашем портфеле доля корпоративного сегмента — 90%. Мы отмечаем рост премий от месяца к месяцу в первом квартале 2021 года в среднем на 17%, однако абсолютные цифры пока серьезно отстают от доковидных», — говорит он.

УБЫТОЧНОСТЬ БУДЕТ РАСТИ Как отмечает генеральный директор СК «Капитал-Полис» Алексей Кузнецов, премии в компании несколько снизились, в то время как выплаты выросли. Начало прошлого года было очень позитивным, а в этом году настроение у клиентов менее оптимистичное, объясняет он. Рост выплат, по словам господина Кузнецова, связан с отложенным спросом, который начал проявляться в третьем и четвертом кварталах прошлого года. Общее количество договоров растет, но явно заметен спрос со стороны IT-компаний, добавляет господин Кузнецов. Этот сектор стал самым растущим — ДМС важный фактор в политике управления персоналом и привлечения новых сотрудников.

В 2020 году средняя выплата на одного обратившегося выросла на 25–30%, в этом году растут и средняя выплата, и обращаемость, отмечает заместитель генерального директора СК «РЕСО-Гарантия» Игорь Иванов. При этом наблюдается высокая медицинская инфляция: в 2021 году клиники по всей стране заявляли рост своих преискурентов на 20% и более, добавляет он.



С ОДНОЙ СТОРОНЫ, ПАНДЕМИЯ УСИЛИЛА СПРОС НА МЕДПОМОЩЬ, С ДРУГОЙ — ИЗ-ЗА НОВЫХ СОЦИАЛЬНЫХ БАРЬЕРОВ ПОТРЕБИТЕЛИ ОТКЛАДЫВАЮТ РЕШЕНИЕ ТЕКУЩИХ МЕДИЦИНСКИХ ВОПРОСОВ НА БУДУЩЕЕ

В прошлом году в «РЕСО-Гарантии» выросли продажи розничных полисов, тогда как корпоративный сегмент корректировал программы: кто-то расширял их, включая востребованные услуги (телемедицина, профосмотры и тестирование на COVID), а кто-то пытался сократить объем. По сумме сборов доля корпоративного сегмента в портфеле ДМС «РЕСО-Гарантии» составляет 95%, в численности застрахованных — 60%.

«С одной стороны, пандемия усилила спрос на медпомощь, с другой — из-за новых социальных барьеров потребители откладывают решение текущих медицинских вопросов на будущее. В следующем году две эти тенденции могут привести к существенному росту убыточности по продуктам ДМС. Но в перспективе нескольких месяцев тенденция скорее будет обратной», — рассуждает господин Лаппи.

По итогам квартала роста рынка может составить до 5%, говорит Татьяна Никифорович, вице-президент по развитию Северо-Западного дивизиона СК «Ренессанс-страхование». Сокращения, связанные с пандемией, по ее словам, прекратились, и сейчас социальные пакеты восстанавливаются, оживляется наем, растет спрос и со стороны физлиц (15% в портфеле компании). В Петербурге по итогам квартала премии выросли на 15,8%, добавляет директор петербургского филиала ВСК Дмитрий Лучков. Стабилен спрос со стороны корпоративных клиентов, которые занимают в портфеле более 90%.

В прошлом году количество договоров ДМС, заключенных в Петербурге при участии «Страхового брокера Сбербанка» с компаниями малого и микробизнеса, сократилось на 30%, с компаниями среднего и крупного бизнеса сохранилось примерно на уровне 2019 года, рассказывает генеральный директор компании Валентина Скляр. В первом квартале 2021 года спрос оживился: количество договоров выросло на 20%. Теперь даже корпоративные

программы ДМС с франшизой (расходы до определенной суммы застрахованный оплачивает самостоятельно) воспринимаются вполне позитивно, указывает она.

СТРАХОВЩИКИ УХОДЯТ В ЦИФРУ Пандемия подтолкнула к разработке новых опций ДМС, а также к цифровизации услуг и расширению телемедицины. Оптимизировались программы на время самоизоляции, программы реабилитации после COVID-19, расширялась работа горячих линий с поддержкой заболевших и их маршрутизацией, работа удаленного врача офиса, специальные программы по сопровождению заболевших, вырос штат психологов, которые пользуются сейчас колоссальным спросом из-за стрессовой ситуации, перечисляет госпожа Никифорович.

«Если в 2017–2019 годах рост числа телемедицинских консультаций составлял 15–20% в год, то в 2020 году по нашей компании спрос вырос примерно в семь раз. На базе нашей клиники в Санкт-Петербурге мы создали центр телемедицинского обслуживания для всей страны», — рассказывает госпожа Никифорович. Телемедицина приобрела статус самостоятельного продукта, и это позволяет снижать убыточность ДМС, такие консультации менее затратны, объясняет она.

Устойчивый рост популярности телемедицинских сервисов наблюдается как в b2b-сегменте, так и у массовых пользователей, отмечают в пресс-службе сервиса «СберЗдоровье». Спрос в 2020 году увеличился в несколько раз, и более чем двукратная динамика роста по отношению к прошлому году сохраняется в 2021 году. Онлайн-коммуникации особенно актуальны для территориально распределенных компаний, чьи сотрудники работают далеко от больниц и поликлиник, а также для предприятий, которые не всегда могут себе позволить ДМС, добавляют в «СберЗдоровье».

Господин Иванов из «РЕСО-Гарантии» отмечает развитие электронного документооборота, к которому вынудил локдаун. «Мы смогли очень быстро перестроиться и наладить оформление полисов-оферт, электронных полисов с ЭЦП (электронной цифровой подписью), чтобы максимально обезопасить всех участников сделки от излишних контактов. Это позволило не сокращать продажи розничных продуктов», — говорит он.

Стратегия развития дистанционных сервисов дала возможность максимально оперативно внедрять гибкие условия страхования и позволила предложить клиентам новые продукты, продолжает господин Лучков. «К тенденциям рынка можно отнести аудит входящих в страховое покрытие ДМС рисков, со стороны страхователей совместно со страховщиками, что приводит к выработке наиболее оптимального и востребованного объема страхового покрытия», — добавляет он.

Игорь Лаппи среди тенденций также отмечает развитие «новых» продуктов и опций (телемедицина, мобильные приложения, лекарственное обеспечение, ДМС+НС, электронные полисы, ЛПУ с прямым доступом). Активно эксплуатируется ковидная тематика, где главный тренд — все, что связано с выявлением ковида, лечением ковида и реабилитации от его последствий. Работодателям важно включать и ПЦР-тесты, и КТ, и постковидную профилактику, подчеркивает господин Лаппи. Также, по его словам, усилилась ценовая конкуренция и конкуренция за наполнение пакета, активизировались брокеры, которых страхователи привлекают для оптимизации затрат.

ПОКА СТАБИЛЕН По оценкам Валентины Скляр, в этом году спрос на ДМС со стороны крупного бизнеса останется на уровне прошлого года, со стороны среднего и малого бизнеса — может сократиться в пределах примерно 20%. «Динамика премий по сегменту будет определяться в основном бюджетами на ДМС у крупных страхователей. По объемам сборов рынок, скорее всего, останется на уровне 2020 года или продемонстрирует небольшой рост», — считает она.

В ближайший год, а может и пару лет рынок будет стабилен, причин бурного роста нет, считает Алексей Кузнецов. Татьяна Никифорович полагает, что рынок вряд ли вырастет более чем на 10%, реалистичский прогноз — 6–7%. Прогнозируемый рост — 2–3%, если не произойдет очередной локдаун или иной форс-мажор, добавляет Игорь Лаппи.

«Ожидаем рост частотности обращений в ЛПУ, средней выплаты, тарифов на медуслуги, а следовательно, увеличение убыточности договоров ДМС. Также скажется фактор изменения курса рубля, поэтому стоимость лечения повысится», — резюмирует Игорь Иванов. ■

ОПЕРАТОРЫ СПРАВЛЯЮТСЯ С ТРАФИКОМ

ПО ИТОГАМ ПЕРВОГО КВАРТАЛА ОПЕРАТОРЫ ФИКСИРУЮТ РОСТ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТРАФИКА, ЧТО ЯВЛЯЕТСЯ ПРОДОЛЖЕНИЕМ ПРОШЛОГОДНЕГО ТРЕНДА. ТАКЖЕ СОХРАНЯЕТСЯ СПРОС НА ЦИФРОВЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА. УЧАСТНИКИ РЫНКА ГОВОРЯТ О ПОСТЕПЕННОЙ СТАБИЛИЗАЦИИ СИТУАЦИИ, ПРОДОЛЖАЯ РЕАЛИЗОВЫВАТЬ ИНВЕСТ-ПРОЕКТЫ, В ТОМ ЧИСЛЕ СВЯЗАННЫЕ С РАЗВИТИЕМ СЕТИ 5G. МАРИЯ КУЗНЕЦОВА

В компании МТС видят позитивные для операторов изменения на телеком-рынке. «Например, объем трафика мобильного интернета в Санкт-Петербурге и Ленобласти в первом квартале этого года значительно превысил прошлогодний показатель. Хотя конец первого и первая половина второго квартала прошлого года били рекорды по росту дата-трафика из-за локдауна», — говорит Павел Коротин, директор МТС в Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

В том числе эта тенденция связана с тем, что за время самоизоляции петербуржцы привыкли решать повседневные задачи через онлайн-сервисы. «Это подтверждается и нашими наблюдениями: интернет-магазинами петербуржцы сейчас пользуются в четыре раза чаще, чем годом ранее, сервисами доставки еды — более чем в три раза, а онлайн-госуслугами — в два», — объясняет господин Коротин.

В b2b-сегменте прошлый год продемонстрировал рост количества запросов на решения, которые позволяют организовать удаленную работу, эффективные коммуникации в новых условиях, сохранить необходимый для поддержания бизнеса уровень выполнения повседневных задач. «Сейчас рынок стабилизировался, но высокий спрос на цифровые решения остался, так как удаленная работа становится частью нашей повседневной жизни», — замечает директор по региональному развитию ПАО «Мегафон» Алексей Титов.

О росте потребления трафика в b2b говорят и в «Билайне». «Также стабильно растет спрос на решения системной интеграции, сервисы Big Data и решения для цифровой трансформации бизнеса», — уточняют в компании.

По Северо-Западу с января по март 2021 года потребление дата-трафика среди бизнес-клиентов Tele2 увеличилось на

60% год к году при росте числа бизнес-абонентов на 20%», — говорят в компании. При этом среднее потребление мобильного интернета на одного b2b-клиента выросло на 31%, а на одного пользователя m2m-решений — на 105%.

Господин Титов отмечает, что в 2021 году все активнее растет спрос на развертывание частных сетей для автоматизации производств. «„Мегафон“ активно участвует в данных проектах. Один из последних — запуск Private LTE на крупнейшем в Евразии Удоканском медном месторождении», — добавляет он.

В «Билайне» оценивают текущую ситуацию как стабильную: рынок мобильной связи Петербурга и Ленобласти остается высококонкурентным, с активным спросом на новые технологии и новые подходы в обслуживании и продажах. «Да, ситуация вернулась в нормальное русло, по-прежнему растет дата-трафик, пользование голосовыми услугами остается стабильным. Еще не восстановилось роуминговое потребление, и это объяснимо, ведь восстановление может еще происходить долго и не факт, что восстановится в полном объеме», — полагают в компании.

При этом в «Билайне» говорят о росте выручки показателей по итогам первого квартала в Петербурге и Ленобласти. Так, в b2b она составила +7,4% от общей корзины VAS-сервисов (решения для бизнеса — облачные технологии, интернет вещей, инфосервисы, продукты для маркетинга и рекламы, Big Data — +44,3%) и от услуг рекламных технологий +31,1%.

АКТИВНЫЙ СТАРТ В начале этого года компания МТС завершила еще один этап проекта с Арктическим и Антарктическим научно-исследовательским институтом в Санкт-Петербурге (ААНИИ). В рамках него была развернута на станции Прогресс

сеть NB-IoT для передачи данных комплекса устройств ААНИИ. Трекеры, мультисенсоры и датчики, работающие на сети, позволяют исследовать движение ледников и снежного покрова, контролировать целостность взлетно-посадочных полос и микроклимат в жилых и рабочих помещениях.

Также в конце первого квартала компания МТС запустила в Петербурге на территории «Ленполиграфмаша» Центр 5G для доработки и вывода на рынки продуктов и решений на базе сетей пятого поколения вместе со стартапами-резидентами. Среди попавших в набор — несколько команд из Петербурга.

«Чтобы закрывать регулярно растущие потребности абонентов в передаче данных, мы должны использовать имеющийся частотный ресурс с максимальной эффективностью. Поэтому мы запустили проект по рефармингу частот 2100 под технологии LTE», — рассказывает Павел Коротин. В некоторых районах Ленобласти и Петербурга, например в Выборге, он уже завершен, и МТС видит рост скорости мобильного интернета в среднем на 30%. Также ведутся работы по покрытию LTE малых населенных пунктов и трасс Ленинградской области.

Большая часть строительства сети в тоннелях «красной» линии метро пришла на первый квартал, рассказывают в «Билайне». «Мы обеспечили связью и высокоскоростным интернетом все перегоны „красной“ линии, построили четыре технологических площадки для размещения основного оборудования активной распределенной антенной сети», — делится представитель компании.

ПЛАНЫ НА ГОД В прошлом году «Мегафон» увеличил количество базовых станций LTE на треть по всей России, на Северо-Западе — почти на четверть. Сей-

час их общее количество в Северо-Западном регионе составляет почти 8 тыс., и 90% из них поддерживают LTE-стандарт. В 2021 году в центре программы развития сетей также остается стандарт LTE. «Мы планируем довести количество базовых станций с поддержкой этой технологии до 100%, проводить рефарминг, строить базовые станции, поддерживающие только LTE. Этот процесс непрерывно идет с начала 2021 года», — говорит господин Титов. Также, по его словам, готовится сеть к предстоящему чемпионату Европы по футболу, который пройдет в июне. «Мы прорабатываем возможность новых тестовых запусков 5G — для того чтобы быть готовыми к массовому внедрению этой технологии», — указывает он.

Во второй половине этого года завершатся сразу несколько масштабных инфраструктурных проектов МТС. В финальной стадии находятся работы по строительству собственной 5G-ready инфраструктуры в перегонах метро. «Мы уже включили связь для абонентов на второй и четвертой линиях. Сейчас идет доработка оборудования», — говорит господин Коротин.

В планах МТС летом 2021 года запустить первые в Санкт-Петербурге пользовательские пилотные зоны 5G, доступ к которым получают абоненты с соответствующими гаджетами. Аналогичные зоны были запущены в начале апреля в Москве.

«Во второй половине года мы завершим масштабную программу модернизации оборудования телекоммуникационных сетей МТС в Петербурге и Ленобласти, запущенную в 2019 году. На данный момент заменено уже 90% оборудования во всех районах Санкт-Петербурга и Ленинградской области», — сообщает Павел Коротин. Оборудование увеличивает пропускную способность обновленной сети, что, соответственно, увеличивает среднюю скорость мобильного интернета для абонентов. «Сеть обновляется таким образом, что в дальнейшем МТС сможет гораздо быстрее внедрять новые стандарты связи», — подчеркивает эксперт.

В июне «Билайн» завершит строительство своей части в тоннелях «зеленой» линии метро. «В ближайшее время запустим технологию Voice over Wi-Fi, будем в Ленинградской области и в городе усиливать связь в местах с высокой концентрацией трафика», — рассказывают в «Билайне». При этом по итогам года в компании ожидают роста ключевых операционных показателей, включая параметры качества сети и динамику абонентской базы, так как идет инвестирование в развитие сети в Санкт-Петербурге и области.

В 2021 году Tele2 продолжит планомерно развивать сеть, увеличивать скорость мобильного интернета, а также расширять сегмент цифровых подключений. ■



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

ЗА ВРЕМЯ САМОИЗОЛЯЦИИ ПЕТЕРБУРЖЦЫ ПРИВЫКЛИ РЕШАТЬ ПОВСЕДНЕВНЫЕ ЗАДАЧИ ЧЕРЕЗ ОНЛАЙН-СЕРВИСЫ

ФИТНЕС С ВИДОМ НА КРЫШИ

КРОССФИТ ДЛЯ ДЕТЕЙ, ДЫХАТЕЛЬНАЯ ГИМНАСТИКА ВМЕСТО ИНТЕНСИВНЫХ ТРЕНИРОВОК, НОВЫЕ ТРЕНДЫ В ФИТНЕС-ИНДУСТРИИ — ОБ ЭТОМ И НЕ ТОЛЬКО РАССКАЗЫВАЕТ ВЛАД ПЕТРОВ, СЕО CROCUS FITNESS И ПРОДЮСЕР КРУПНЕЙШИХ ФИТНЕС-ФЕСТИВАЛЕЙ И СПОРТИВНЫХ СОБЫТИЙ.

СВЕТЛАНА ХАМАТОВА

BUSINESS GUIDE: Недавно сеть Crocus Fitness получила премию Top Man Awards Russia — 2020. Довольны своей работой?

ВЛАД ПЕТРОВ: Не буду лукавить, естественно, мы довольны, но мы же спортсмены — хотим и умеем совершенствоваться. Кроме того, в фитнес-индустрии, как и в автомобильной, все очень быстро меняется, каждый год появляются новые тренажеры — они и стоят, как автомобили премиум-класса. Например, в «Crocus Fitness Рубинштейна» здесь, в Петербурге, установлены беговые дорожки Life Fitness с самыми большими сенсорными экранами, которые бывают на данный момент на таком оборудовании. У них диагональ 21,5 дюйма — это 53 сантиметра! Вы можете смотреть кино, пролистывать соцсети, а можете выбрать интерактивный маршрут, зарегистрироваться онлайн и в одиночку или с партнером бежать по Центральному парку в Нью-Йорке. Дорожка даже будет опускаться и подниматься ровно на тех же кочках, которые вы видите онлайн! А на тренажерах Hammer Strength готовятся спортсмены национальных лиг — НХЛ, НБА и так далее, и такие тренажеры у нас тоже есть!

BG: Когда-то вы говорили, что хотите создать то, чего еще не было в фитнесе. Это же не только о тренажерах?

В. П.: Конечно, до пандемии это были, например, HIIT — high intensity interval training, то есть высокоинтенсивные интервальные тренировки. Они длятся минут 20–30, проходят на максимальном вашем пульсе и действительно дают быстрый результат. В России по пальцам можно пересчитать клубы, кроме нашего, где их грамотно проводят, а в Америке, откуда к нам прилетают все фитнес-тренды, уже начали открываться отдельные HIIT-студии... Но теперь, на мой взгляд, все может сильно поменяться. Многие люди переболели ковидом, многие боятся заболеть, так что востребованы будут, наоборот, низкоинтенсивные тренировки, реабилитация. Возможно, на топовые позиции вернутся дыхательные гимнастики, которые когда-то были безумно популярны, программы тай-чи, йога. Или другой пример — детский фитнес. Обычно в клубах ребенку могут предложить балет, художественную гимнастику, плавание — и все. У нас же все взрослые программы, даже, например, кроссфит, адаптированы под детей.

BG: Первый клуб вы строили для фанатов спорта, готовых и в праздник прийти на тренировку, а кто теперь ваш клиент?

В. П.: По-прежнему влюбленный в спорт человек! Современный, 30–50 лет, пожалуй, это менеджер высшего звена, очень активный, думающий. Он не только, например, готовится у нас к триатлону или просто бесконечно тренируется, но и понимает, что wellness — это такое внутреннее состояние, когда ты правильно питаешься, умеешь отдыхать, расслабляться. Если говорить о петербургском клубе, мы не просто так гордимся нашей recovery-зоной — там есть и сауна, и хаммам, и со-



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

ляная пещера, а из окон открывается вид на эти красивые старые питерские крыши. Можно часами лежать и любоваться на них. Когда живешь в Петербурге постоянно, об этом не особо задумываешься, не так, может, и ценишь, но когда приезжаешь из Москвы или другого города, это все очень сильно впечатляет, тем более что улица Рубинштейна известна во всем мире как главная ресторанный улица России... И важно, что Crocus Fitness — это клуб. Люди приходят, знакомятся, общаются. За двадцать лет, что я в индустрии, столько случаев было, когда влюблялись, женились — тренеры и клиенты, клиенты и клиенты, причем и дети их уже подростки и ходят к нам. И даже здесь, на Рубинштейна, образовалась пара — менеджер отдела продаж и фитнес-менеджер. Так что клуб у нас инновационный, в здании с историей — практически во дворце! — и в хорошем смысле молодежный. Не потому что сюда приходят подростки, а потому, что здесь вы почувствуете драйв, если вам 35 и если вам 45. Я вот сейчас прошелся по залу, отметил, что девчонки — красотки, пацаны — подтянутые, в татуировках, такая модная публика! И мы ведь уже год работаем в этом городе, кто знает, может, они именно с нами стали такими?

BG: Да, вы же открылись на Рубинштейна незадолго до пандемии. Как пережили локдаун?

В. П.: Арендодатели пошли нам навстречу, большое им за это спасибо, ведь аренда

— это большая статья расходов. Если вы слышите, что в карантин закрылся какой-то фитнес-клуб, то происходит это не потому, что не было клиентов, а потому, что им не снизили арендные платежи. Также мы быстро переориентировались, предложили онлайн-занятия, скидки на абонементы, три месяца в подарок и так далее. И люди откликнулись, помогли нам пережить этот кризис.

BG: Раз уж мы о бизнесе: фитнес-рынок двух столиц отличается?

В. П.: Если говорить о качестве, то не в обиду Петербургу: в Москве есть клубы посильнее. Но мы пришли сюда, чтобы задать новую планку. Пока говорим о «сухих» клубах, без бассейна. У нас есть абсолютно идентичный «Crocus Fitness Рубинштейна» «Crocus Fitness Курская» в Москве. Будем повышать качество в одном клубе, поднимем его и в другом. Цены, кстати, тоже держим одинаковые: если снижать их, пропадет «изюминка» — тот комфорт, ради которого к нам приходят.

BG: Когда ждать новый петербургский клуб? В Москве вы даже в прошлом, ковидном, году целых два открыли!

В. П.: Те клубы мы начали строить еще до пандемии, так что только завершали работы. В Петербурге мы бы хотели создать клуб с бассейном, но пока это отдаленная перспектива. Впрочем, если кто-то захочет запустить новый Crocus Fitness по франшизе, то мы такие варианты рассматриваем с удовольствием.

BG: В вашей карьере была Олимпиада-2014, летом в Петербурге пройдет чемпионат Европы по футболу, что-то особенное готовите для гостей? Может, каких-то звезд собираетесь пригласить?

В. П.: Мы всегда за большие спортивные праздники! Кстати, когда был чемпионат мира по футболу, пресс-центр для журналистов находился в «Крокусе» — там же, где и наш флагманский клуб. Приехало 20 тыс. человек со всего мира! По просьбе оргкомитета ЧМ-2018 мы сделали доступ в клуб круглосуточным. Это был незабываемый опыт! Все эти журналисты действительно к нам ходили, ночью и днем, сложилась нереально крутая международная тусовка. Конечно, было бы здорово такой опыт повторить. А пока... Мы все очень любим триатлон, бассейна у нас здесь нет, но Петербург — все-таки город на воде, так что мы обязательно организуем какие-нибудь соревнования. Возможно, indoor — пробежаться на дорожке, проехать на велосипеде внутри клуба. Также хотим организовать спартакиаду для членов клуба — уже на свежем воздухе, чтобы готовиться весь год, выложиться по полной, а потом получить заветную медаль. А что касается звезд, вы знаете, это все само собой получается. Вот, например, к нам и ребята-фехтовальщики из сборной России ходят, и Ваня Васильев, солист Мариинского театра, — можете посмотреть его Instagram. Специально никого не приглашаем, просто как-то так раз — и все тут, у нас. ■

ЗЕЛЕННЫЕ ПРИВИЛЕГИИ

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТАНОВИТСЯ КОНКУРЕНТНЫМ ПРЕИМУЩЕСТВОМ ДЛЯ БИЗНЕСА. ЭТО ПОЗВОЛЯЕТ НЕ ТОЛЬКО ПОВЫСИТЬ УРОВЕНЬ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ, НО И СНИЗИТЬ РАСХОДЫ, А ТАКЖЕ ОБЕСПЕЧИТЬ ЛОЯЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ. К ТАКОМУ ВЫВОДУ ПРИШЛИ УЧАСТНИКИ КРУГЛОГО СТОЛА «ЭКОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА. КУРС НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ», ОРГАНИЗОВАННОГО ИД «КОММЕРСАНТЪ» В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ. ОЛЬГА БЕЛЫХ

Растущие мощности производств, нехватка полигонов икратно возросшие объемы потребления пластика и других долго разлагаемых отходов заставляют ставить вопросы экологии на первый план. В 2023 году власти Ленобласти, на территорию которой свозится весь петербургский мусор, планируют переключиться с захоронения отходов на их глубокую переработку. Рециклинг невозможен без помощи граждан, которые, по мнению экспертов, положительно настроены на раздельный сбор отходов. Руководитель отдела устойчивого развития и корпоративных коммуникаций Valio Елена Касперская объясняет, что недавно компания совместно с TetraPak установила пункты раздельного сбора мусора в Петербурге и Ленобласти. «Мы еще не успели их забрендировать, а контейнеры уже были полные. Потребители готовы к сортировке, и если бизнес будет популяризировать, то у нас в этом направлении будут большие подвижки», — считает она.

Отмечается растущий интерес к экологической повестке и со стороны бизнеса. Игроки рынка уже готовы доплачивать за более безопасные технологии, говорит управляющий заводом Rockwool в Выборге Денис Романов: «У нас на предприятии используется разработанная в Европе технология по отказу от деревянных паллет для каменной ваты, используемой для строительства промышленных объектов. Она стоит дороже, и если лет десять назад клиенты не были готовы за это платить, то сейчас все больше людей готовы вести диалог и понимают, почему это важно». В Сбербанке добавили, что готовы финансировать бизнес на льготных условиях, выдавая «зеленые кредиты» для поддержания экологической трансформации производств.

Отказ от экологичности процессов не только негативно влияет на имидж компании, но и может привести к финансовым потерям. Заместитель председателя Северо-Западного банка Сбербанка Анатолий Песенников напомнил, что с 2023 года Евросоюз вводит углеродный налог на импортную продукцию с большими выбросами парниковых газов. «Большинство производителей не соответствует этому экологическому сертификату. И по прогнозам аналитиков, если эта ситуация не исправится, наш экспорт будет вынужден либо уходить с рынка, либо платить за превышение установленной нормы», — поделился господин Песенников.

ЧИСТАЯ ЭНЕРГИЯ Курс на экологичность заставляет бизнес внедрять решения, сохраняющие ресурсы и повышающий уровень безопасности процессов по всем направлениям. Одно из важнейших — снижение выбросов парниковых газов. По словам управляющей по корпоративным вопросам региона «Север» аффилированных компаний «Филип Моррис Интер-



КУРС НА ЭКОЛОГИЧНОСТЬ ЗАСТАВЛЯЕТ БИЗНЕС ВНЕДРЯТЬ РЕШЕНИЯ, СОХРАНЯЮЩИЕ РЕСУРСЫ И ПОВЫШАЮЩИЕ УРОВЕНЬ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОЦЕССОВ ПО ВСЕМ НАПРАВЛЕНИЯМ

нэшнл» (ФМИ) в России Елены Кияновой, ФМИ привержена принципам устойчивого развития и предпринимает конкретные шаги по снижению воздействия своей операционной деятельности на окружающую среду. Например, в производственных центрах компании был реализован принцип зонального поддержания климатических параметров, что позволило снизить энергопотребление на 590 ГДж в год, а установка светодиодного освещения в складах сэкономила 550 ГДж в год.

На заводах Henkel в России используется 25% «зеленой» энергии (солнечные батареи, ГЭС и ВЭС), и к 2040 году задача стоит выйти на 100%, отмечает директор филиала «Хенкель Рус» в Тосно Глеб Жуков. «Это будет дороже? Да. Но в будущем выиграют от этого все», — сказал он. На заводе в Ногинске компания отказалась от дизельного топлива и перешла на газ, благодаря чему количество выбросов CO₂ снизилось на 450 тонн в год, в Энгельсе использует энергию солнечных батарей для наружного освещения, а в Тосно была запущена собственная котельная с оборудованием нового поколения, перечислил господин Жуков.

Компания Rockwool для снижения энергопотребления на 75% планирует провести реновацию административных зданий заводов в Выборге. Инвестиции в проект, по информации господина Романова, составят €700 тыс. К 2034 году Rockwool рассчитывает сократить на треть выбросы парниковых газов на всех стадиях жизненного цикла каменной ваты, отмечает он.

ВТОРАЯ ЖИЗНЬ ОТХОДОВ Еще одно ключевое направление — переработка отходов. Для его усиления в Rockwool в

2020 году запустили возврат в производственный процесс остатков каменной ваты со стройплощадок. Ранее это была часть строительного мусора, которая вывозилась на полигоны. Рециклинг каменной ваты может снизить выбросы CO₂ примерно на 10%, отметил господин Романов. Также в компании стали принимать на переработку субстраты агропромышленного комплекса. «Эта услуга оказалась востребованной: например, крупный сельхозпроизводитель „Выборжец“ ежедневно привозит 90-кубовую фуру субстратов», — сказал он.

В Сбербанке начали собирать на переработку неустраиваемые или с истекшим сроком действия пластиковые карты, объясняет господин Песенников. В 2020 году было собрано около 10 тыс. тонн. Все больше клиентов отдают предпочтение цифровым картам, благодаря чему только на Северо-Западе удалось сэкономить 1,5 тонны пластика. «Мы разрабатываем проект, чтобы из пластиковых карт делать оконные блоки для наших отделений», — добавил он.

Совершенствуется система управления отходами и в ФМИ. В компании снижают потери расходных материалов в результате просыпок, отбраковки, неполного использования, а также отдают часть поддонов и пластиковых втулок поставщикам для повторного применения. Благодаря этому утилизация производственных отходов в 2020 году превысила 97%. Кроме того, в 2017 году в ФМИ внедрились проект по утилизации устройств нагревания табака IQOS после окончания их использования. «Процесс включает в себя дробление всего устройства с разделением на материалы, в результате чего образуется лом черных и цветных металлов, микс полимерных металлов и наполнители аккумуляторных ба-

тарей, которые перерабатывают на вторичное сырье. В 2019 году пользователи сдали на переработку 27 тыс. устройств», — рассказала госпожа Киянова.

В пивоваренной компании Heineken на переработку отправляется 98% производственных отходов. «Решая задачу по оставшимся 2%, на заводе в Петербурге используется кизельгур (тип горной руды, применяемой при фильтрации) на полигоне ТКО в качестве промежуточного, укрепляющего слоя при рекультивации земель», — сообщил директор филиала «Пивоварни „Хейнекен“» в Петербурге Максим Белов.

ОТКАЗАТЬСЯ, ЧТОБЫ СОХРАНИТЬ На пути к здоровой окружающей среде важно не только перейти к вторичному использованию мусора, но и сократить виды отходов, объясняет эколог Оксана Гончаренко. Наиболее долговечный из них — пластик, разлагающийся сотни лет. Ежегодно во всем мире выпускается 300 млн тонн пластмассовых изделий, что превышает общий вес населения Земли, говорит господин Жуков. За последние десять лет объем их производства превысил выпущенный за весь XX век, продолжает он. С учетом остроты проблемы с 2025 года в Henkel планируют использовать только подлежащую переработке и вторичному применению упаковку, а также до 50% снизить использование первичного пластика. «Проект называется Ocean. Наш план в клеевом подразделении — начиная со следующего года отказаться от пластиковых блистеров вообще и перейти на упаковку только из картона. Это большой шаг в пользу экологии», — сказал Глеб Жуков. Компания также использует вторичное сырье в своих потребительских товарах: в 2020 году на рынок вышли несколько продуктов в упаковке из переработанного на 100% в России ПЭТ-пластика.

В Сбербанке для сокращения объема потребления пластика выпускают цифровые бизнес-карты, которые используют уже около 20% юрлиц, а в ФМИ перешли на упаковочную пленку с уменьшенной толщиной, что позволило сократить расход полимерных материалов.

Помимо снижения потребления пластика, бизнес планирует уменьшить использование и других видов отходов. Сбербанк на протяжении последних трех лет ведет переговоры с клиентами по поводу отказа от бумаги. Сегодня уже 96% клиентов-юрлиц взаимодействуют с кредитной организацией посредством электронного документооборота, рассказал Анатолий Песенников. Благодаря этому только на Северо-Западе ежегодно сохраняется количество деревьев, сопоставимое с семьей Летними садами, отметил он. «Любая компания использует в своем производственном цикле тонны бумаги и поэтому я рекомендую отказаться от этого. Каждую трансформацию надо начинать с себя», — резюмировал он. ■

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

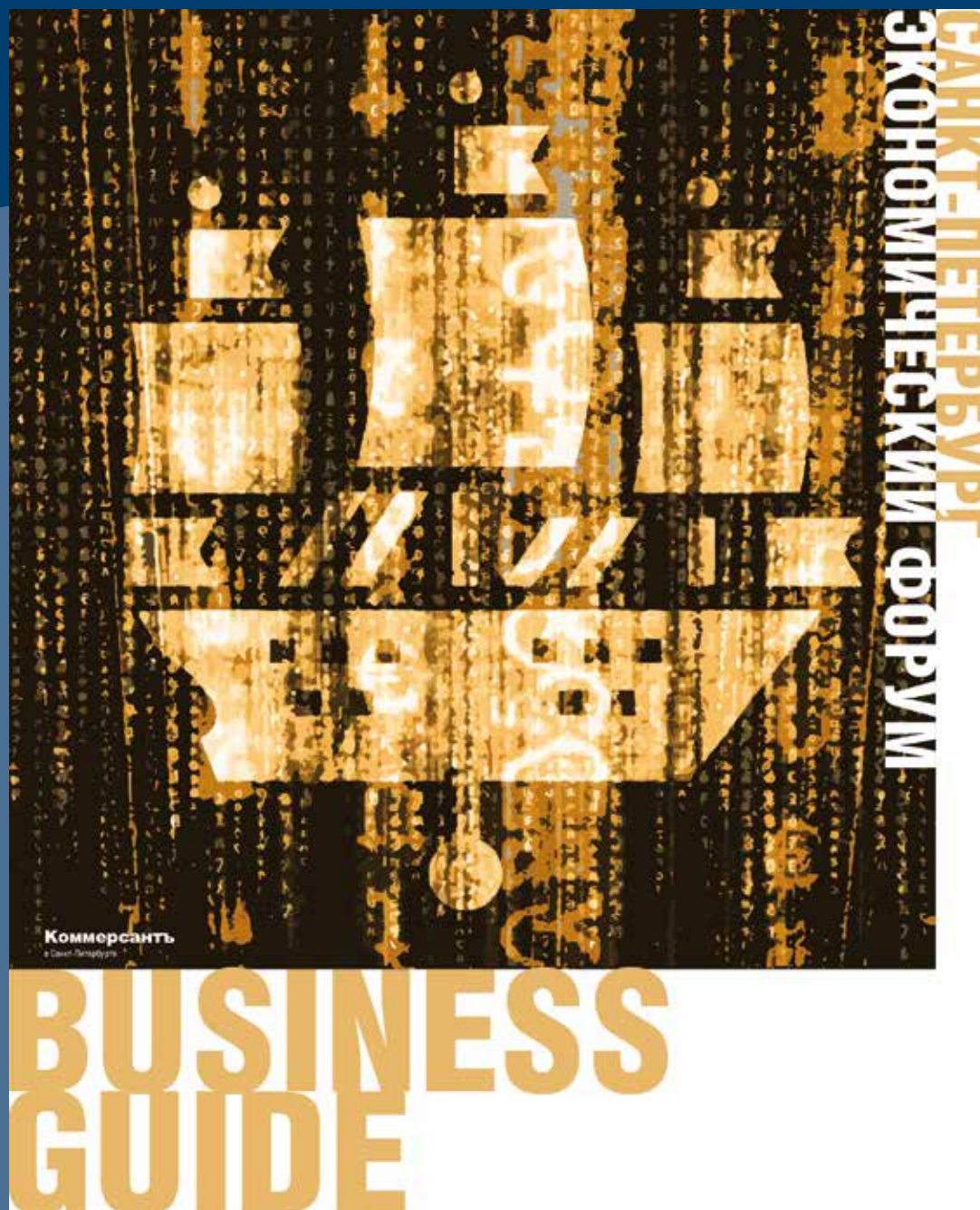
Коммерсантъ

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