

менеджер санаторно-курортного комплекса Bridge Resort Сергей Тыщенко (пляж курорта — обладатель международной награды): «Требования включают в себя четыре аспекта: экологическое образование и информирование; качество воды, экологический менеджмент; средства безопасности; сервис».

Директор ГК «Метрополис» Анна Невзорова (занимается реконструкцией сочинских пляжей «Ривьера» и «Маяк», которые также в этом году получили экосертификаты «Голубой флаг»), рассказала, что для того, чтобы подать заявку в российское отделение организации «Голубой флаг», необходимо собрать приличный пакет документов: «Мы это делаем второй год. Но за подачей заявки стоит огромная работа всех служб — от архитекторов и инженеров до спасателей и сервисных служб пляжа. Это и мониторинг чистоты пляжа, морской воды, безопасность дна — регулярная его очистка от пакетов и другого мусора, обеспеченность пляжа всем необходимым для безопасности гостей, профессиональная подготовка спасателей. На пляже ведется раздельный сбор отходов. Мы следим за чистотой воздуха на всем пляже — это не только его чистота, но и разнообразие ландшафтного озеленения, сохранение и высадка как можно большего количества зеленых насаждений».

Пляж отеля Radisson Collection Paradise Resort & Spa Сочи четвертый год подряд прошел сертификацию программы «Голубой флаг». «Пляжи, отмеченные "Голубым флагом", соответствуют самым высоким экологическим стандартам. Большое внимание уделяется безопасности — обязательным является наличие службы спасения, а также возможности оказать неотложную помощь прямо на пляже. Кроме того, доступ на пляж должен быть неограниченным, а для маломобильных категорий людей должна быть создана доступная среда — пандусы, удобные спуски, специально оборудованные раздевалки и душевые», — рассказали в отеле.

Представитель арендатора новороссийского пляжа «Алексин» Денис Румянцев считает, что получить «Голубой флаг» несложно: «Большинство пляжей в крае могут получить эту награду и соответствуют ей, соблюдая такие требования, как наличие спасательной вышки, медпункта, договора водопользования, места для инвалидов. Разве только питьевые фонтанчики не везде есть». По мнению Дениса Румянцева, «Голубой флаг» — это больше маркетинговый ход.

Тем не менее, в настоящий момент ни один кубанский курорт, кроме Сочи, не может похвастаться пляжами с «Голубыми флагами».

**КАК ЭТО УСТРОЕНО** Цветной флаг на входе пляжа — сигнал для туриста, что объект подготовлен к сезону. Но если сам пляж работает около пяти месяцев в году, то его арендатор трудится круглый год.

«В связи с тем, что работа пляжа является сезонной и установлена главой города с 1 июня по 1 октября, то в зимний период арендаторы занимаются благоустройством пляжной территории (уборка, консервация, соблюдение безопасности) и поддержанием экологической обстановки и стандартов (проводятся замеры воды, обсыпка гравием для сохранения ширины пляжа)», — рассказывает Сергей Тыщенко.

«Сейчас пляжи все больше становятся всевозможными — много людей на них и зимой. Да, плавают единицы, но в кафе и в шезлонгах отдыхают все больше людей в солнечную погоду зимних месяцев», — говорит Анна Невзорова.

### ПРИБЫЛИ ПРИДЕТСЯ ПОДОЖДАТЬ

На вопросы, насколько аренда пляжа — выгодный бизнес и как быстро окупаются инвестиции, опрошенные «Экономикой региона» арендаторы отвечали, что не стоит ждать быстрого возврата вложений и сверхприбыли, так как основной источник пляжного дохода — это прокат оборудования для досуга и отдыха, общепит, торговля сезонными товарами.

К примеру, в этом году в Геленджике открылся пляж Salamandra Beach Club. Один из его основателей, Сергей Солякин — известный московский промоутер, рассказал, что объем инвестиций в проект составил порядка 40 млн руб., но о прибыли пока говорить рано: чтобы выйти на окупаемость, понадобится минимум два сезона. «Это пилотный проект, который мы планируем масштабировать и развивать на всем Черноморском побережье РФ. Мы создали комфортный пляж для всей семьи, концепция которого заключена в слогане "всё и сразу". Сейчас мы ждем туристов из крупных городов России, которые по достоинству оценят новый формат и качество нашего продукта», — говорит Сергей Солякин.

По его словам, основной проблемой, с которой сталкиваются инвесторы подобных проектов,



ФОТО: SALAMANDRA BEACH CLUB

является дефицит квалифицированных кадров в сегменте HoReCa: «Персонал, который понимает, что такое качественный сервис, работает в мегаполисах, потому что выгоднее работать в круглогодичных заведениях и иметь стабильный заработок, чем приезжать в Геленджик на короткий сезон».

По словам Дениса Румянцева, объем инвестиций на 100 м пляжа составляет минимум 10 млн руб.: «Дальше все зависит от ваших фантазий и возможностей. Срок окупаемости зависит от многих факторов, но в среднем — 3–5 лет».

Сумму арендной ставки большинство арендаторов не называют, Денис Румянцев говорит, что есть разные участки и разные ставки: это может быть от сотен тысяч до нескольких миллионов в год.

«Инвестиции {в пляжный бизнес} достаточно серьезные и значительные. Потому что нужно полностью выдержать комплектацию, маломобильные требования, детский отдых, также достаточно высоки текущие затраты. Помимо всего, в течение года необходимо совершать экологические мероприятия. Отдельно, как бизнес, пляж мы не рассматриваем. Пляж — это всегда затраты. Поэтому на нем мы не зарабатываем, а тратим миллионы на его содержание. Но тем самым мы увеличиваем лояльность наших гостей. Они из года в год выбирают наш санаторно-курортный комплекс. Пляж

**ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ В SALAMANDRA BEACH CLUB — ПИЛОТНЫЙ ПРОЕКТ, ОТКРЫВШИЙСЯ В ГЕЛЕНДЖИКЕ, КОТОРЫЙ В ДАЛЬНЕЙШЕМ ПЛАНИРУЕТСЯ РАЗВИВАТЬ ПО ВСЕМУ ЧЕРНОМОРСКОМУ ПОБЕРЕЖЬЮ — СОСТАВИЛ ПОРЯДКА 40 МЛН РУБ.**

позволяет получить прибыль на номерном фонде», — объясняет генеральный менеджер санаторно-курортного комплекса Bridge Resort.

«Создание пляжа — долгосрочный проект, на шезлонгах и аренде зонтов пляж не окупится. У нас много персонала, все вовремя получают заработную плату, необходимо содержать территорию в чистоте, платить высокие коммунальные расходы — на воду и вывоз мусора: несмотря на то, что мы сортируем отходы, все равно оплачиваем вывоз ТБО», — рассказывает Анна Невзорова.

Старший аналитик Информационно-аналитического центра «Альпари» Анна Бодрова считает, что взять в аренду пляж в Краснодарском крае и вывести его под стандарты «Голубого флага» вполне может быть прибыльно на фоне лавины отдыхающих на местных курортах из-за закрытых границ и пандемии, если подстроиться под спрос. «Заработать на аренде пляжа можно, как сдавая часть площадей в субаренду (шезлонги, пункты питания, мелкие услуги), так и создав на этом участке полноценную рекреацию. Спрос точно проявится, потому что мало кто в восторге от времяпрепровождения на пляже вторым рядом», — говорит аналитик. Что касается рисков такого бизнеса, то они, по мнению госпожи Бодровой, очевидны — невысокая платежеспособность основной части отдыхающих: «Там, где отдыхает семья, ценник на отдых на пляже с "Голубым флагом" вырастает сразу в несколько раз, то есть этот сегмент уже исключается на постоянной основе. Остаются или молодые люди, которым хочется приятно и не в тесноте провести время, или одиночные туристы. Это не самая многочисленная категория отпускников. Еще один риск — высокая цена аренды, которая может и не "отбиться". За сезон в ряде случаев просят от 1,5 млн руб. и выше, полностью оборудованный и удобно расположенный пляж может стоить и 25 млн руб.» ■

**ДЛИНА АЗОВО-ЧЕРНОМОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ СОСТАВЛЯЕТ ОКОЛО 1200 КМ, ПРИ ЭТОМ ДЛИНА АЗОВСКОЙ ПОЛОСЫ — 650 КМ, ЧЕРНОМОРСКОЙ ПОЛОСЫ — 550 КМ. ИЗ ВСЕЙ ПРОТЯЖЕННОСТИ БЕРЕГОВОЙ ПОЛОСЫ ПОД ПЛЯЖИ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ 78,69 КМ НА ЧЕРНОМОРСКОМ ПОБЕРЕЖЬЕ И 16,84 КМ НА АЗОВСКОМ.**



ФОТО: RADISSON COLLECTION PARADISE RESORT & SPA

ПЛЯЖ ОТЕЛЯ RADISSON COLLECTION PARADISE RESORT & SPA СОЧИ ЧЕТВЕРТЫЙ ГОД ПОДРЯД ПРОШЕЛ СЕРТИФИКАЦИЮ ПРОГРАММЫ «ГОЛУБОЙ ФЛАГ»