

ОТЕЛЬЕРЫ ВОЗВРАЩАЮТСЯ К ЖИЗНИ

НЕСМОТРЯ НА ПРОДОЛЖАЮЩУЮСЯ ПАНДЕМИЮ, ПРОШЕДШИЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ СЕЗОН В ПЕТЕРБУРГЕ ОТЕЛЬЕРЫ НАЗЫВАЮТ УСПЕШНЫМ — ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ ПО СРАВНЕНИЮ С ПРОШЛЫМ ГОДОМ. ОСНОВНЫМ СТИМУЛОМ ДЛЯ ПРИТОКА ТУРИСТОВ В ГОРОД СТАЛИ ПМЭФ И МАТЧИ ЧЕМПИОНАТА ЕВРО-2020. ОСЕНЬЮ ЭТОГО ГОДА ТУРИСТИЧЕСКУЮ ОТРАСЛЬ МОЖЕТ ПОДДЕРЖАТЬ ВОЗВРАЩЕНИЕ В ПЕТЕРБУРГ ПОТОКА КИТАЙСКИХ ТУРИСТОВ. НАТАЛЬЯ КУТОВАЯ



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

В ЦЕЛОМ ПОСТКРИЗИСНОЕ ВОССТАНОВЛЕНИЕ РЫНКА ТОЛЬКО НАЧАЛОСЬ: ЗАГРУЗКА И ДОХОДНОСТЬ ПОСТЕПЕННО РАСТУТ, В ПЕТЕРБУРГЕ ОТКРЫВАЮТСЯ НОВЫЕ ГОСТИНИЧНЫЕ ПРОЕКТЫ, ЧТО ПОДТВЕРЖДАЕТ ОПТИМИСТИЧНЫЙ НАСТРОЙ ИНВЕСТИТОРОВ

По данным JLL, в нынешнем году к началу туристического сезона в Санкт-Петербурге открылись три объекта совокупно на 328 номеров: «Holiday Inn Театральная площадь» (ребрендинг, 158 номеров), Wawelberg Hotel (79 номеров), Kravt Nevsky Hotel & Spa (91 номер).

В Colliers ожидают, что до конца 2021 года ожидается запуск еще нескольких объектов — отелей Helen на Большой Морской улице и Mercure на Лиговском проспекте, а также гостиницы «Novotel Санкт-Петербург Аэропорт» в составе комбо-отеля Status под управлением международной группы Accor.

Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg, подсчитала, что по итогам июля 2021 года совокупное предложение качественных форматных отелей Петербурга категории «три-пять звезд» составило 147 объектов. Суммарный номерной фонд введенных за январь — июль 2021 года отелей составил 23,7 тыс. юнитов, что на 1% выше по сравнению с итогами 2020 года. В 2021-м было открыто три гостиницы категории «четыре-пять звезд» в историческом центре города с суммарным номерным фондом 418 юнитов.

По данным Colliers, по итогам первого полугодия 2021 года загрузка качественных гостиничных объектов Петербурга составила 50%, что в два раза превышает показатель аналогичного периода 2020 года, когда загрузка была на уровне 27%. Рост загрузки в 2021 году связан в первую очередь с перенаправлением в Петербурге основного внутреннего турпотока. К тому же нестабильная эпидемиологическая ситуация и введение дополнительных ограничений в Краснодарском крае и Москве сделали Петербург еще более интересным направлением для туризма. Значительное влияние на рост уровня загрузки также оказало проведение ПМЭФ.

МЕРОПРИЯТИЯ ПОМОГЛИ Ангелина Самадова, руководитель проектов департамента гостиничного бизнеса компании JLL, говорит: «Летний сезон 2021 года выдался вполне успешным по сравнению с прошлым годом. Май — июль показали значимость крупных федеральных мероприятий для туристической отрасли, в особенности для городских отелей и инфраструктуры. Средневзвешенная загрузка брендированного рынка за май — июль составила 51%, при этом наиболее успешным месяцем был июнь, объединивший сразу не-

сколько мероприятий, включая ПМЭФ. Загрузка в первый летний месяц достигла 57%. Важно помнить, что большинство городских отелей в своем составе имеют конференц-пространства, которые в настоящий момент мало востребованы в связи с низкой активностью MICE-сегмента. При этом редевелопмент конференц-пространств в гостиницах очень затратный и неочевидный, так как пока ни один из вариантов их реконцепции — офисы или коворкинги — не дал абсолютной уверенности в правильности затрат».

«В целом посткризисное восстановление рынка только началось: загрузка и доходность постепенно растут, в Петербурге открываются новые гостиничные проекты, что подтверждает оптимистичный настрой инвесторов. При условии позитивных результатов вакцинации и снижения уровня заболеваемости мы ожидаем увидеть постепенное открытие границ и возобновление авиасообщения в 2021 году. Однако внутренний туризм по-прежнему будет занимать доминирующее положение во всех странах. По нашим прогнозам, полноценное возвращение рынка к докризисному уровню может начаться не ранее 2023 года», — отмечает Евгения Тучкова, заместитель директора департамента консалтинга Colliers.

РОССИЙСКИЙ ТУРИСТ СПАСАЕТ ОТРАСЛЬ

Татьяна Белова, директор, руководитель подразделения индустрии гостеприимства отдела стратегического консалтинга CBRE, указывает, что этим летом основной спрос составляют граждане России. Ситуация аналогична прошлогодней, за исключением времени проведения чемпионата Европы по футболу, когда в город могли приехать иностранные болельщики.

Юлия Мещанинова, кластерный директор по продажам Radisson Hotel Group в Санкт-Петербурге, рассказывает: «Около 90% наших гостей в этом сезоне были из России. В русскоговорящем гостиничном сообществе даже появилось понятие staycation, которое подразумевает проведение отпуска там, где живешь, в своем городе и его окрестностях».

Госпожа Тучкова говорит, что на заполняемость отелей влияние Евро-2020 оказалось незначительным. «„Эффект Евро“ скорее отразился на ценовой политике отелей, особенно в сегменте „три-четыре звезды“, которые подняли цены на 10–20% в преддверии чемпионата и до 30% в дни проведения матчей», — отмечает она.

«Чемпионат очень помог отелям с точки зрения среднего тарифа. По итогам июня — августа 2021 года средний тариф составит около 14 тыс. рублей, что в два раза выше показателя лета 2020 года», — говорит госпожа Белова. По данным CBRE, за восемь месяцев 2021 года рост среднего тарифа составит около 60% по сравнению с аналогичным показателем 2020 года.

Госпожа Тучкова при этом замечает: «Стоимость номера и доходность в первом полугодии 2021 года также превзошли показатели прошлого года за счет низкой базы, однако пока не достигли доковидных значений. По сравнению с первым полугодием 2019 года, в 2021 году тариф (ADR) в среднем снизился на 18%, до 5194 рублей за номер в сутки (не включая завтрак и НДС). Доходность номера (RevPAR) по сравнению с первым полугодием 2019 года сократилась на 38% и составила 2579 рублей за номер в сутки».

При этом госпожа Самадова подчеркивает, что петербургские отельеры, в отличие от столичных, держат планку и стараются не падать сильно в цене: в частности, тариф в люксовом сегменте Петербурга по итогам января — июля 2021 года на 26% превысил показатель аналогичных отелей Москвы и достиг 35,5 тыс. рублей. «Уровень загрузки люксовых отелей в двух городах практически сравнялся и составил около 32% в каждом из городов. Средневзвешенный тариф на брендированном рынке в мае — июле составил чуть более 12 тыс. рублей, что, в том числе, достигнуто за счет активного июня и высоких цен в период экономического форума», — говорит она. → 22