

НЕ МОРОЗЬ МЕНЯ...

с. 42-45

О

НЫНЕШНЯЯ МОРОЗНАЯ ЗИМА НЕ НАНЕСЛА КАТАСТРОФИЧЕСКОГО УЩЕРБА ТОРГОВЫМ ЦЕНТРАМ И ИХ АРЕНДАТОРАМ. ОДНАКО СУЩЕСТВЕННО ВЫРОСЛИ ЗАТРАТЫ НА ЭКСПЛУАТАЦИЮ И УПРАВЛЕНИЕ, МНОГИМ ТЦ ДЛЯ НОРМАЛЬНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПОТРЕБОВАЛИСЬ СПЕЦИАЛЬНЫЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА.

Текст: АЛЕКСАНДР ПЫПИН. Фото: ЕКАТЕРИНА ОРЛОВСКАЯ

В ОЖИДАНИИ ХОЛОДА

О наступлении холодов в торговых центрах и магазинах знали заранее и готовились. Проверяли работоспособность систем кондиционирования, отопления, вентиляции. В кинотеатрах «Формулы кино» не только провели профилактику климатического оборудования, но и закупили резервные запчасти для «опасных» участков. В волгоградском центре «Меркурий» осуществили внеплановую ревизию систем отопления и вентиляции. В пермской «Столице» работы по подготовке к зимнему отопительному сезону (гидравлические испытания отопительных систем, ревизия состояния и чистка теплообменников, контроль состояния и ремонт уплотнителей на дверях и окнах и пр.) были выполнены по графику еще осенью. По мере понижения температуры меняли режим работы оборудования. Были утеплены воздухозаборные камеры, повышена температура в системе отопления до максимально допустимой, переведена на ручное управление часть систем вентиляции, запущены установки приточной вентиляции в режим рециркуляции воздуха с использованием теплоносителя, а затем и выключена вся вытяжная вентиляция за исключением производственных отделов и санузлов. В «Айсберге» в преддверии морозов отключили вытяжную и приточную вентиляцию. В гипермаркетах «Мосмарт» провели осмотр и внеплановое техобслуживание систем вентиляции и кондиционирования. В Нижегородском «Шоколаде» были закрыты щитами воздухозаборники вентиляционных систем, увеличен забор воздуха из слабоотпливаемых внутренних технических помещений, чтобы не допустить замораживания труб, увеличено давление в системах отопления. Чтобы избежать перегрузки электросетей и повысить пожаробезопасность, в большинстве центров арендаторам строго запретили применение электронагревательных приборов. На объектах, управляемых «Торговым Кварталом»,

пошли дальше: провели инструктаж арендаторов по пользованию регуляторами на штатных отопительных приборах, а также проверили соблюдение ими правил пожарной безопасности. Серьезней всего к делу подошли в ТЦ «Столица» в Перми — там была реализована целая программа по теплосбережению. «Совместно с арендаторами была проведена работа по удалению элементов торговой мебели, декора, рекламы, а также товаров, препятствующих нормальному прохождению тепловых потоков от приборов отопления», — рассказывает руководитель отдела консалтинга и развития управляющей компании BrigdeHead Елена Бухарова. Арендаторам запретили открывать окна и наружные двери и договорились с ними о помощи в контроле за работой отопительных приборов и о круглосуточном доступе к системам отопления.

Те, кто недостаточно серьезно отнеслись к подготовке к холодам, за это заплатились. Так, в магазине одной из известных торговых марок на Тверской ул. в Москве забыли вовремя наладить систему отопления, и она вышла из строя. На устранение аварии ушло двое суток. Аварии происходили и по вине городских коммунальных служб. Например, в астраханском торговом центре «Астор» пришлось размораживать трубы водоснабжения, после того как из-за падения давления газа в газопроводе и снижения напряжения в электрической сети с 220 до 200 В торговый центр не смог поддержать необходимую температуру.

ЗАКРЫВАЙТЕ ЗА СОБОЙ ДВЕРЬ

В холодные дни усилия управляющих компаний были направлены на поддержание благоприятного климата на территории торговых центров. Борьба с холодом велась на входах в торговые центры. В астраханском центре «Астор» были отключены автоматические двери и организован «S»-образный проход посетителей через входной тамбур, усилена входная тепловая завеса. В пермской «Сто-

**ЧТОБЫ
ИЗБЕЖАТЬ
ПЕРЕГРУЗКИ
ЭЛЕКТРОСЕТЕЙ
И ПОВЫСИТЬ
ПОЖАРОБЕЗОПАСНОСТЬ
В РЯДЕ ТЦ,
АРЕНДАТОРАМ
ЗАПРЕТИЛИ
ПОЛЬЗОВАТЬСЯ
ЭЛЕКТРОНАГРЕВАТЕЛЬНЫМИ
ПРИБОРАМИ.**



ПОДПИСЬ К ДАННОЙ ФОТОГРАФИИ ▲

лице» закупили и смонтировали дополнительные тепловые завесы на входные группы, а в самые морозные дни были вынуждены заблокировать автоматические двери и пустить поток посетителей через распашные двери. Тепловые пушки и завесы стали самой популярной защитой от проникновения холода. Так, в гипермаркетах «Мосмарт» не только перевели автоматические двери на зимний режим работы, но и включили на входах все системы тепловых завес на полную мощность — по две водяных и по четыре электрических на каждой входной группе, а на некоторых входах еще и электрическую тепловую пушку. В пермском ТЦ «Айсберг» на входной группе также была установлена дополнительная тепловая завеса и перенастроены датчики, регулирующие открывание-закрывание дверей. В волгоградском «Меркурии» тепловые пушки использовали и для борьбы с обледенением окон в атриумной части.

Из-за холодов поменялись режимы работы технических сотрудников управляющих компаний и служб эксплуатации. Они дежурили по ночам в торговых центрах Уфы, Перми, Москвы, Красноярска и других российских городов. «Когда морозы стали сильнее -25, был организован круглосуточный контроль состояния оборудования отопительных и вентиляционных систем. Дежурная смена круглосуточно проводила осмотр отопительных приборов (около 500 шт.) и каждые 2 часа осматривала установки приточной вентиляции», — рассказывает Елена Бухарова. В пермском ТЦ «Айсберг» каждый день на смену обязательно выходил либо инженер по эксплуатации здания, либо главный энергетик. Для своевременной уборки территории в «Столице» на период сильных морозов приняли на работу дополнительных дворников, что позволило наладить их посменную работу и уменьшить время нахождения на открытом ▶

В ХОЛОДНЫЕ ДНИ
УСИЛИЯ УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ БЫЛИ НАПРАВЛЕНЫ НА ПОДДЕРЖАНИЕ БЛАГОПРИЯТНОГО КЛИМАТА В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ.

В МОСКВЕ МАГАЗИНЫ, РАСПОЛОЖЕННЫЕ ВНЕ ТЦ, ОСОБЕННО ВО ВРЕМЕННЫХ СООРУЖЕНИЯХ, ПОПАЛИ В НЕВЫГОДНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ИЗ-ЗА ОГРАНИЧЕНИЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ ЭЛЕКТРИЧЕСТВА.

воздухе. Некоторые ТЦ и арендаторы в наиболее холодные дни сокращали время работы, чтобы сотрудники могли добраться до дома до ночных холодов. Так, в красноярском «Торговом Квартале», когда дневная температура опустилась до -35 градусов, сократили время работы комплекса на час, а круглосуточный «Перекресток» в Подмосковных Горках-2 на ночь закрывался.

Повлияли морозы и на работу рекламных служб торговых центров. «Из-за сильных морозов нам пришлось приостановить монтажные работы в городе по новой рекламной акции для ТРК «Столица» в Перми, и только когда дневная температура поднялась с -39 до -25 градусов, наши монтажники героически повесили новые плакаты», — вспоминает Елена Бухарова.

ЯНВАРСКИЙ СПАД

Холода повлияли и на поведение самих покупателей. Однако снижение посещаемости и объема продаж у арендаторов в большинстве ТЦ связано скорее с традиционным январским спадом продаж, чем с холодами. «Морозы повлияли на посещаемость не больше, чем отсутствие денег у людей после новогодних праздников», — считает бренд-менеджер ТЦ «Айсберг» Оксана Курапина. Подтверждают эту мысль и крупные арендаторы. «В январе, по сравнению с декабром, продажи падают приблизительно вдвое. У нас произошло снижение чуть больше, чем в полтора раза, и «провальных» дней было всего два-три. А продажи обогревателей вообще в разы подскочили», — делится информацией директор по связям с общественностью торговой сети «МИР» Елизавета Тотунова.

Посещаемость торговых центров заметно падала только в самые холодные дни. «В относительно теплые дни после новогодних праздников уровень посещаемости был необычайно высок, но с приходом сильных морозов упал до уровня ноября», — отмечает руководитель отдела рекламы ТЦ «МИР» (Уфа). Больше всего в такие дни страдали расположенные далеко от жилых кварталов торговые центры, до которых необходимо добираться на автомобилях или общественном транспорте. Как признались в одном из торговых центров. «было тоскливо от количества машин на парковке».

Сильное снижение посещаемости происходило в южных регионах, где люди и автомобили были менее подготовлены к сильным холодам. Так, по данным компании «Торговый Квартал», из всех управляемых объектов наиболее значительно поток покупателей снизился в Астрахани, в то время как в Красноярском ТЦ этого практически не происходило. «Для Урала и Сибири, в отличие от юга, сильные морозы — скорее мелкая неприятность, но никак не катастрофа», — считает Светлана Курапина. В северных ТЦ даже проводили специальные акции на открытом воздухе: «В тридцатиградусный мороз перьями еще решались прийти в ледовый городок у ТЦ «Столица». Но в -35, к сожалению, там никого не было», — говорит директор по маркетинговому коммуникациям DVI GROUP Оксана Мысова.

ОБОГРЕТЬ, НАКОРМИТЬ, РАЗВЛЕЧЬ

Холода влияли не только на посещаемость, но и на структуру потребления в торговых центрах: большей популярностью стали пользоваться ресторанные дворики и развлечения. Несмотря на опустошенные новогодними праздниками кошельки, люди шли в торговые центры согреться, поесть и развлечься. В уфимском ТЦ «МИР» к холодам даже приурочили специальную акцию «Мы согреем!» — посетителям бесплатно давали кружку горячего чая от «Чайной лавки» или чашку эспрессо от «Мир Эспрессо». Увеличение посещаемости фуд-корта в холодные дни отметили не только в уфимском «МИРе», но и в нижегородском «Шоколаде», и в волгоградском «Меркурии».

Сильным подспорьем для ТЦ стала развлекательная часть, особенно кинотеатры и их репертуар. Людям надоело сидеть дома, и они шли в кино. «Первого января только благодаря премьере фильма «Дневной дозор» комплекс посетило 9277 человек, притом что в этот день в ТРК «Столица» работал только «Киномакс». Активно шли люди и в боулинг», — отмечает Оксана Мысова. Как сообщили в сети кинотеатров «Формула Кино», повышение зрительской активности наблюдалось на протяжении всего января. «В -30 градусов в кинотеатре «Горизонт» с аншлагом прошла премьера фильма «Бандитки» при



Профессиональное управление недвижимостью



- Комплексное управление объектами недвижимости
- Разработка и реализация инвестиционных проектов
- Консалтинговые услуги в сфере управления недвижимостью

117587, г. Москва, ул. Кировоградская, дом 14
 Телефон: 956-40-21; факс: 956-40-12
 E-mail: pmco@pmco.ru
www.pmco.ru

большом стечении звезд и прессы, то есть публики изнеженной, теплолюбивой и, казалось бы, привередливой», — делится наблюдениями Ольга Проскуракова, директор департамента маркетинга и PR УК «Формула Кино».

Последствия холодов для магазинов, расположенных на улицах и в ТЦ, оказались разными. Если в торговых центрах магазины «согревались вместе», то на улицах «замерзли поодиночке». Больше всего пострадали отдельно стоящие магазины и киоски: люди, стараясь по минимуму выйти на холод, откладывали визит в них до последнего момента. Например, в компании «Беталинк» отметили, что посещаемость салонов связи сильно снизилась, а некоторые салоны пришлось закрыть. «Температурные пики в столице и области стоили нам порядка 20% планируемых январских продаж», — рассказывает пресс-секретарь «Беталинка» Алексей Абрахманов. В компании «Связной» считают, что холода снизили их оборот на 10%. «Однако после холодов продажи возросли, так как сработал эффект отложенного спроса», — отмечает руководитель отдела по связям с общественностью ГК «Связной» Елена Ноготкова.

В Москве магазины, расположенные вне торговых центров, особенно во временных сооружениях, попали в невыгодное положение и из-за ограничений потребления электричества. Под такие ограничения попали несколько салонов «Связной». Если визит в непродовольственные магазины люди откладывали «до потепления», то за продуктами стали выбираться реже, зато закупились надолго — вырос средний чек. Некоторые сетевые магазины даже отметили увеличение оборота из-за того, что перестали работать расположенные рядом рынки и ларьки.

ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ БАЛАНС

Потребление тепла, электричества, газа (в центрах, оборудованных газовыми котельными) в сильные морозы возросло на 20-40%, это было необходимо для поддержания благоприятного температурного режима. С другой стороны, торговые центры не могли увеличивать энергопотребление до бесконечности. Во-первых, чтобы не превышать лимит затрат на коммунальные услуги, а во-вторых, чтобы выполнить пожелания городских служб по ограничению энерго-

потребления. Например, в Москве такие ограничения вводились «Мосэнерго», «Теплоэнерго» (ОНО ИМЕННО ТАК И НАЗЫВАЕТСЯ?), администрацией города. В Волгограде их также ввели, но только за два дня до окончания холодов. Помимо запрета на использование арендаторами дополнительных обогревательных приборов, популярным способом экономии электричества было отключение подсветки рекламы и зданий. «В соответствии с распоряжением правительства Москвы вся наружная реклама была отключена. Внешняя подсветка здания была оставлена только в предписанном нормами безопасности объеме», — рассказывает управляющий московским торговым комплексом «Л-153» Алексей Романов. На некоторых кинотеатрах «Формулы Кино» и «Пять Звезд» также отключали подсветку баннеров с репертуаром и вывесок. Изящно вышли из ситуации, когда, с одной стороны, необходимо снизить энергопотребление, а с другой — поддержать благоприятный климат, в московском «Л-153» — там «лишили» тепла два нижних уровня парковки. Приточно-вытяжная вентиляционная система была отрегулирована таким образом, чтобы не давать тепло на минус первый и второй уровни — вытяжка работала, а приток теплого воздуха был ограничен. «Вентиляционная система комплекса устроена таким образом, что выдает 18 градусов при -27 на улице. Поэтому дополнительных усилий нам и арендаторам для поддержания тепла на торговых уровнях не понадобилось», — отмечает Алексей Романов. **М**

«АЛЕКСАНДР ЛЭНД» (МОСКВА)	На 30%
КИНОТЕАТРЫ «ФОРМУЛА КИНО»	На 5-10%
МАГАЗИНЫ «МИР»	на 15-20%
«ТОРГОВЫЙ КВАРТАЛ» (КРАСНОЯРСК)	На 20%
«МЕРКУРИЙ» (ВОЛГОГРАД)	На 45% (теплоснабжение), на 0% (электроэнергия)
«ШОКОЛАД» (НИЖНИЙ НОВГОРОД)	На 50% (газ), на 25% (электроэнергия)
«МИР» (УФА)	Увеличение потребления газа
ТАБЛИЦА. УВЕЛИЧЕНИЕ ЗАТРАТ НА КОММУНАЛЬНЫЕ УСЛУГИ (ТЕПЛО, ЭЛЕКТРОЭНЕРГИЯ)	

ХОЛОДА ПОВЛИЯЛИ НЕ ТОЛЬКО НА ПОСЕЩАЕМОСТЬ, НО И НА СТРУКТУРУ ПОТРЕБЛЕНИЯ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ: БОЛЬШЕЙ ПОПУЛЯРНОСТЬЮ СТАЛИ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ РЕСТОРАННЫЕ ДВОРИКИ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ.



АйБи Групп
ГРУППА КОМПАНИЙ

Консалтинг
Брокеридж
Управление
Девелопмент

ТРК «МАГИСТРАЛЬ»
Челябинск
Общая площадь: 60 000 кв. м.
Дата открытия: IV кв 2007 г.



ТРК «ЕВРОПА-ЦЕНТР»
Калининград
Общая площадь: 64 000 кв. м.
Дата открытия: IV кв 2007 г.



ТРК С ОКЕАНАРИУМОМ «ПЛАНЕТА НЕПТУН»
Санкт-Петербург
Общая площадь: 68 000 кв. м.
Дата открытия: I кв 2006 г.



ТРК «ПРОМЕНАД»
Санкт-Петербург
Общая площадь: 22 000 кв. м.
Дата открытия: IV кв 2006 г.



197376, Санкт-Петербург
ул. Льва Толстого, 7
т./ф.: +7 (812) 380-3093
e-mail: mail@ukpiter.ru
www.ukpiter.ru

197022, Санкт-Петербург
П.С., Большой пр., 100
т./ф.: +7 (812) 335-1851
e-mail: office@ibgroup.ru
www.ibgroup.ru

Мы знаем правила игры

