

«Людам нравится вовлеченность»

Алмас Абдыгаптаров

о шопинг-проекте в Алматы



КОМПЛЕКС Esentai City, строительство которого активно идет сейчас в Алматы, трудно описать одним словом — это и апартаменты, и шопинг-точка, и инвестиционная платформа для собственного ресторанный проекта, и бизнес-центр. Строительство будет окончено к 2021 году, в плане 1,5 тыс. квартир бизнес-класса, 80 сервисных апартаментов, которые обслуживаются как номера в отеле, 56 офисных зданий, 20 ресторанов и кафе, два детских сада, отель, кинотеатр, спа-центр и парк. А также большой торговый центр под открытым небом Esentai City Shopping Village — площадка «интеллектуальной моды» с 39 бутиками. Презентация проекта прошла в сентябре этого года в рамках фестиваля Explore Food and Fashion, на котором свои коллекции показали дизайнеры из Казахстана и Грузии. Руководитель проекта Алмас Абдыгаптаров рассказал о предлагаемом алматинцам новом формате жизни и шопинга.

— **С чего все начиналось?**

— У меня экономическое образование, по началу я работал с бухгалтерским учетом, но мне быстро наскучило, и я перешел в нефтетрейдерство. Работал в крупных международных компаниях, затем организовал собственный бизнес, компанию, которая торговала на среднеазиатских рынках. Иран, Таджикистан, Афганистан, Китай, мы работали и с Россией, и с Европой. Мне тогда не было и 30 лет.

— **Это был ваш первый бизнес?**

— Да. Но параллельно с трейдинговым бизнесом я решил открыть ресторан. Я много путешествовал и понимал: уровень ресторанного сервиса в Казахстане оставляет желать лучшего. Хотелось сделать что-то качественное. И мы пригласили управляющих, поваров, кондитеров

из Москвы. Шеф-повар из ресторана «Аист» должен был приехать на три дня, чтобы научить наших ребят, а в итоге прожил здесь четыре года.

— **Почему люди с удовольствием к вам приезжают?**

— Людям нравится вовлеченность. В каждый новый проект мы пытаемся вдохнуть жизнь и заразить людей энтузиазмом. И они работают на этом драйве ради чего-то классного и интересного.

— **В чем отличие ресторанного бизнеса от трейдингового?**

— Ресторанный бизнес ориентирован на сервис, на человеческие потребности, качество. Много работы с людьми, и если понимаешь, что работаешь для людей, приходит успех. Если делаешь, чтобы заработать денег, без любви, терпения и понимания, то ни успеха не будет, ни воодушевленной команды.

Я продал свою долю в нефтетрейдинге, потому что утром шел на работу по необходимости, а не по желанию. Хотелось сделать что-то, от чего получаешь кайф и удовлетворение. К этому времени мы уже запускали второй ресторан, а на третьем я понял, что мы разрослись в сеть Ragmiano Group и что можно совместить хобби и бизнес.

— **А когда к ресторанам добавился девелоперский бизнес?**

— Мы всегда сами строили ресторан. Мой партнер Роландас Ключинскас по архитектурному бизнесу из Литвы хотел создать в Алматы новую эстетику. Понятно, что важны и интерьер, и кухня, и сервис. Мы начали с одного заведения, второго, потом нас попросили сделать один обед, другой, третий, потом мы выиграли контракт на строительство крупного торгового комплекса в Алматы. И подумали: почему бы не дать людям другой подход к качеству жизни, построив жилой ком-

плекс современного уровня, в котором можно и жить, и работать, и отдыхать. Мэр города нас поддержал, ведь проект развивает локальный бизнес и создает рабочие места не только на время строительства: рестораны, офисы класса «А» Идея была сделать то, чем Алматы может гордиться.

— **Чем ваш жилой комплекс отличается от других апартаментов и домов, расположенных поблизости?**

— Сегодня дети живут за трехметровыми заборами, их лучший друг — водитель и охранник, гуляют они в торговых центрах, куда-то делись все дворы. Мы хотели возродить то, на чем сами выросли. Создать дворы, в которых люди не боятся друг друга, а знакомятся, дети выходят гулять, все безопасно, все друг друга знают, образуется сообщество людей, которые имеют определенный статус, общие ценности.

— **Как вы привлекаете инвесторов?**

— Мы обещаем только то, что умеем делать хорошо. Наш профиль — рестораны, мы точно знаем, как на них зарабатывать, и продаем готовые бизнес-кейсы, инвестиции под ключ. На финальной стадии здесь ежедневно будет находиться до 10–12 тыс. человек, это очень хороший трафик. Мы ежемесячно отчитываемся перед инвесторами, люди получают доход в районе 20% годовых с момента открытия бизнеса. За пять лет он полностью окупится, и люди получают бизнес, который можно продолжать дальше.

— **Как возникла идея модной недели и Shopping Village в вашем жилом комплексе?**

— Shopping Village — часть общего концепта. Мы исходили из потребностей: что людям надо? Мы даем рестораны, так почему бы не дать и моду? В особенном виде. Есть мегабренды, вещи которых стоят немалых денег, но есть и альтернатива, новые дизайнеры и марки. Качественные, более демократичные и со своей индивидуальностью. А ведь это именно то, что сегодня ищут люди, которые понимают, чего хотят. В Казахстане очень много супербрендов и много массовых. А середины нет. Шопинг — это эмоция, но очень короткая, и со временем она становится все меньше и короче. Выпил воды и забыл. Купил что-то и через пять минут уже не получаешь от этого удовольствия. Я не готов тратить бешеные деньги на вещи и понимаю, что многие к этому так относятся.

— **В Казахстане много людей, которые не гонятся за брендами?**

— Всем нужна индивидуальность, такая потребность есть. Поэтому мы решили сделать шопинг-центр. Хотим, чтобы наш проект жил, чтобы постоянно были мероприятия, перформансы, презентации. В этом году сделали Неделю моды и еды и впервые пригласили грузинских дизайнеров. Ребята приехали, показали свои новые коллекции в формате дефиле, которые потом можно бы-

ло посмотреть, примерить и купить в шоу-румах. И планируем в будущем привлекать зарубежных модельеров. Культурная часть очень важна. Планируем построить свой театр. У нас купил апартаменты писатель Роллан Сейсенбаев и отдал нам свою коллекцию книг, чтобы мы сделали библиотеку. Мода — тоже классная штука. Для местных дизайнеров это будет возможность развиваться. Дизайнеры, архитекторы, модельеры — мы часто проводим конкурсы, чтобы поднять уровень местных профессионалов. Учреждаем денежные призы, поездки на выставки в Милан и Париж. Чтобы молодежь получала новые навыки. В следующем году откроем школу ресторанного сервиса. Нам нужно развиваться, нам нужны потребители и рост покупательной способности людей. А как этого достичь? Научить людей заниматься бизнесом, тогда у них будет больше денег на то, чтобы придать и тратить их у нас.

Беседовала Екатерина Зиборова

