



АЛЕКСАНДР ПЕТРОСЯН

авиасообщения, многие гости, которые хотели бы приехать, не приехали». Частично иностранных туристов могли заменить российские путешественники, так как некоторые матчи Евро-2020 пришлось на выходные и государственные праздники, говорит она.

На операционных показателях работы московских гостиниц Евро-2020 никак не скажется, уверена директор департамента консалтинга и аналитики Knight Frank Ольга Широкова. По ее словам, средняя загрузка отелей в столице в июне будет на уровне 70%. Московские власти и сами давали понять, что не очень заинтересованы в притоке туристов в условиях пандемии COVID-19. Так, уже 18 июня мэр Сергей Собянин объявил о закрытии единственной фан-зоны в «Лужниках». Площадка возобновила работу только 26 июня, но для посещения требовался QR-код, получить который могли только болельщики, прошедшие вакцинацию, сделавшие ПЦР-тест не позднее чем за 72 часа либо переболевшие COVID-19 в течение последних шести месяцев.

По ресторанам и магазинам

Гендиректор туроператора «Дельфин» Сергей Ромашкин напоминает, что туристическая активность болельщиков в основном ограничивается посещением стадионов и баров. Управляющий партнер ресторанной группы Beer Family Project Николай Митчин говорит, что Евро-2020 принес дополнительный трафик, хотя и несравнимый с ЧМ-2018.

«В выигрыше прежде всего остались отели, где селились сборные команды, а также городские гостиницы категории «четыре и пять звезд», но загрузка все равно была ниже докризисного 2019 года»

Относительно обычных дней приток он оценивает в 20%. Как уточняет господин Митчин, наибольший приток гостей наблюдался в дни матчей, а между игр была просадка. Частично эффект он объясняет аномально жаркой погодой в Санкт-Петербурге в этом июне, из-за чего многие горожане также предпочли провести время в заведениях. В целом, по словам Николая Митчина, месяц «прошел неплохо». Впрочем, с выручкой от ЧМ-2018 динамику все равно сравнить нельзя. Так, в Москве во время матчей ЧМ-2018 рост оборотов магазинов и предприятий общественного питания на центральных торговых коридорах достигал предновогодних значений. А рестораны на Никольской улице фиксировали рост продаж на 75–85% по сравнению с обычными днями, указывали в Colliers.

Другой участник ресторанного рынка Санкт-Петербурга настроен более

пессимистично. Как рассказывает совладелец сети ирландских пабов Finnegan's Николай Белоусов, матчи Евро-2020 способствовали только небольшому увеличению гостевого потока и «немного скрасили общую картину». По его словам, без турнира в условиях работы при ограничениях в связи с COVID-19 было бы гораздо хуже. Аномальную жару господин Белоусов, напротив, считает негативным фактором, отмечая, что многие жители Санкт-Петербурга из-за этого предпочли уехать за город, на озера и пр.

Управляющий несколькими московскими ресторанами говорит, что в его заведениях был приток гостей до 12–16 июня, но после того как власти Москвы запретили обслуживание в залах после 23:00, интерес поостыл. Кроме того, число желающих посмотреть матчи в баре сократилось после вылета с турнира сборной России, ко-

торая потерпела поражение от сборной Дании 21 июня. С 28 июня, когда посещение ресторанов без учета вейранд в Москве стало возможно только по QR-коду, матчи Евро-2020 в заведениях смотрели единицы, сетует предприниматель. Как напоминает он, большая часть экранов у баров и ресторанов как раз расположена в помещениях. Директор по продажам пивоваренной компании AB InBev Efes Анна Миронова говорит о положительной динамике в канале немедленного потребления в июне, что в первую очередь связано с традиционно сезонным ростом спроса на напиток, во вторую — с жаркой погодой в большей части регионов России и, наконец, со спортивными событиями.

Попытались заработать на болельщиках и продавцы. Руководитель отдела торговой недвижимости Knight Frank St Petersburg Анна Лапченко говорит, что в Санкт-Петербурге на Невском проспекте в первой половине 2021 года наблюдалось открытие нескольких сувенирных магазинов, что могло быть приурочено в том числе к Евро-2020. Но замдиректора департамента торговой недвижимости Colliers Юлия Кузнецова указывает, что основная активность болельщиков в этот раз была сосредоточена рядом со стадионом либо местами проведения трансляций, потому в выигрыше могли оказаться операторы нестационарных торговых объектов, которым власти Санкт-Петербурга разрешили открыться рядом со стадионом ●