

ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЪЕКТА

Общая площадь: **32 648 кв.м**

Арендопригодная площадь: **24 079 кв.м**

Этажность: **4 (+ цокольный этаж)**

Паркинг: **100 машиномест, наземный**

> 100 магазинов
stores

CHARACTERISTIC OF THE OBJECT

Total area: **32 648 sq.m**

Leasable area: **24 079 sq.m**

Number of floors: **4 (+ ground floor)**

Паркинг: **space for 100 cars, ground level**

7,5 млн
mln человек в год
people / year





ПРЕИМУЩЕСТВА

- Удобная локация: хорошая пешеходная и транспортная доступность.
- Универсальная представленность якорных арендаторов и популярных брендов, соответствующих потребностям ЦА.
- Высокая плотность жилой застройки.
- Отличная видимость объекта.

ADVANTAGES

- Convenient location: good pedestrian and transport accessibility.
- The presence of universal anchor tenants and popular brands, the relevant target audience needs.
- High density residential development.
- Excellent visibility of the object.

1 мин
min **шаговая доступность**
до м. Академическая
walk to Akademicheskaya
metro station

ЯКОРНЫЕ АРЕНДАТОРЫ

Супермаркет «Перекресток» – 1 985 кв.м

Гипермаркет электроники и бытовой техники «М.Видео» – 2 073 кв.м

Универмаг детских товаров «Детский мир» – 1 097 кв.м

Многозальный кинотеатр «Формула Кино» – 2 463 кв.м

Офф-прайс магазин Familia – 1 019 кв.м

ANCHOR TENANTS

Perekrestok Supermarke t - 1 985 sq.m

Hypermarket of electronics and household appliances M.Video - 2 073 sq.m

Department store of children's goods "Detskiy mir" - 1 097 sq.m

Multiple Cinema Theater "Formula Kino" - 2 463 sq.m

Off-price store Familia - 1 019 sq.m

А также потокообразующие операторы: магазин товаров для сна Askona, магазины Zarina, Befree, Love Republic, New Yorker, Finn Flare, Tom Tailor , Calista, Intimissimi, Calzedonia, Gloria Jeans, SAVAGE, DIPLOMAT, MAVI, ECCO, Tamaris, Rieker, Cozy Home, modi, магазины косметики: Рив Гош, л'Окситан, рестораны и кафе: буше, Вкусно — и точка, Cinnabon, ROSTIC'S, БУРГЕР КИНГ, Теремок, PhoBo и др.

As well as sleeping goods store Askona; clothing stores Zarina, Befree, Love Republic, New Yorker, Finn Flare, Tom Tailor, Calista, Intimissimi, Calzedonia, Gloria Jeans, SAVAGE, DIPLOMAT, MAVI, ECCO, Tamaris, Rieker, Cozy Home, modi, cosmetics stores: Riv Gosh, L'Oksitan, restaurants and cafe: bushe, Vkusno — i tochka, Cinnabon, ROSTIC'S, Burger King, Teremok, PhoBo etc.

 Перекрёсток

 **синема парк** ФОРМУЛА КИНО

M.ВИДЕО

familia
Бренды, свободные от цен!

 **детский мир**

Befree

Z A R I N A

LOVE REPUBLIC

SAVAGE

C A L I S T A

DIPLOMAT

FINN FLARE

GJ

O'HARA

mavi

Makko

RABE

CALZEDONIA

intimissimi

Palmetta

tribuna

TBOW

NEWYORKER

RESPECT

MUNZ STORE

ECCO


El Tempo

Tamaris

rieker

РИВ ГОШ
парфюмерия и косметика

Л'ОКСИТАН

SUNLIGHT

LADY
КОЛЛЕКЦИЯ
АКСЕССУАРЫ

marmalato
accessories

askona
ТЕРРИТОРИЯ ЗДОРОВОГО СНА

COZY HOME
ТЕКСТИЛЬ ДЛЯ ДОМА

modi
FUN SHOP

 **TOM TAILOR**

 **LABBRA**

fisaman
STORE COLLECTIVE

Салоны оптики
**СЧАСТЛИВЫЙ
ВЗГЛЯД**

Строитель

MACARONIKA
ВКУС ВОДОРОДНИКА

УНЦИЯ
ЧАЙ & КОФЕ


Четыре глаза
сеть магазинов оптической техники

М Т С
СЕРВИСНЫЕ ЦЕНТРЫ

 **МЕГАФОН**

 **билайн**

t2

 **ВКУСНО — И ТОЧКА**

буше

CINNABON

BURGER KING

IR

 **dot**

Теремок
Вкусно.

PhoBo
ВЬЕТНАМСКИЙ СТРИТ-ФУД

限り焼き
Teriyaki
гриль

 **ФРАНКЛИНС
БУРГЕР**



ДИЗАЙН И КОНЦЕПЦИЯ ИНТЕРЬЕРОВ

Современные, яркие решения интерьера непосредственно связаны с названием торгово-развлекательного комплекса, расположенного рядом со станцией метро «Академическая». Эргономичные арт-объекты отражают 2 темы в дизайне ТРК: тема природы – яркий зеленый цвет, деревянные элементы, естественные формы, стальные плафоны в виде деревьев и тема академгородка: раскрытые книги-светильники. Неожиданные и классические дизайнерские решения определенно запоминаются, а также находят отклик у разных возрастных категорий посетителей.

INTERIOR DESIGN AND CONCEPT

Modern, bright interior solutions are directly related to the name of the shopping and entertainment complex, located next to the Akademicheskaya metro station. Ergonomic art objects reflect 2 themes in the design of the shopping center: the theme of nature is a bright green color, wooden elements, natural shapes, steel shades in the form of trees and the theme of the academic town: open book-lamps. Unexpected and classic design decisions are definitely remembered and also resonate at different age categories of visitors.





ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ

5	1 9 0 0 0 0
10	2 5 0 0 0 0
15	3 2 0 0 0 0
минут	человек

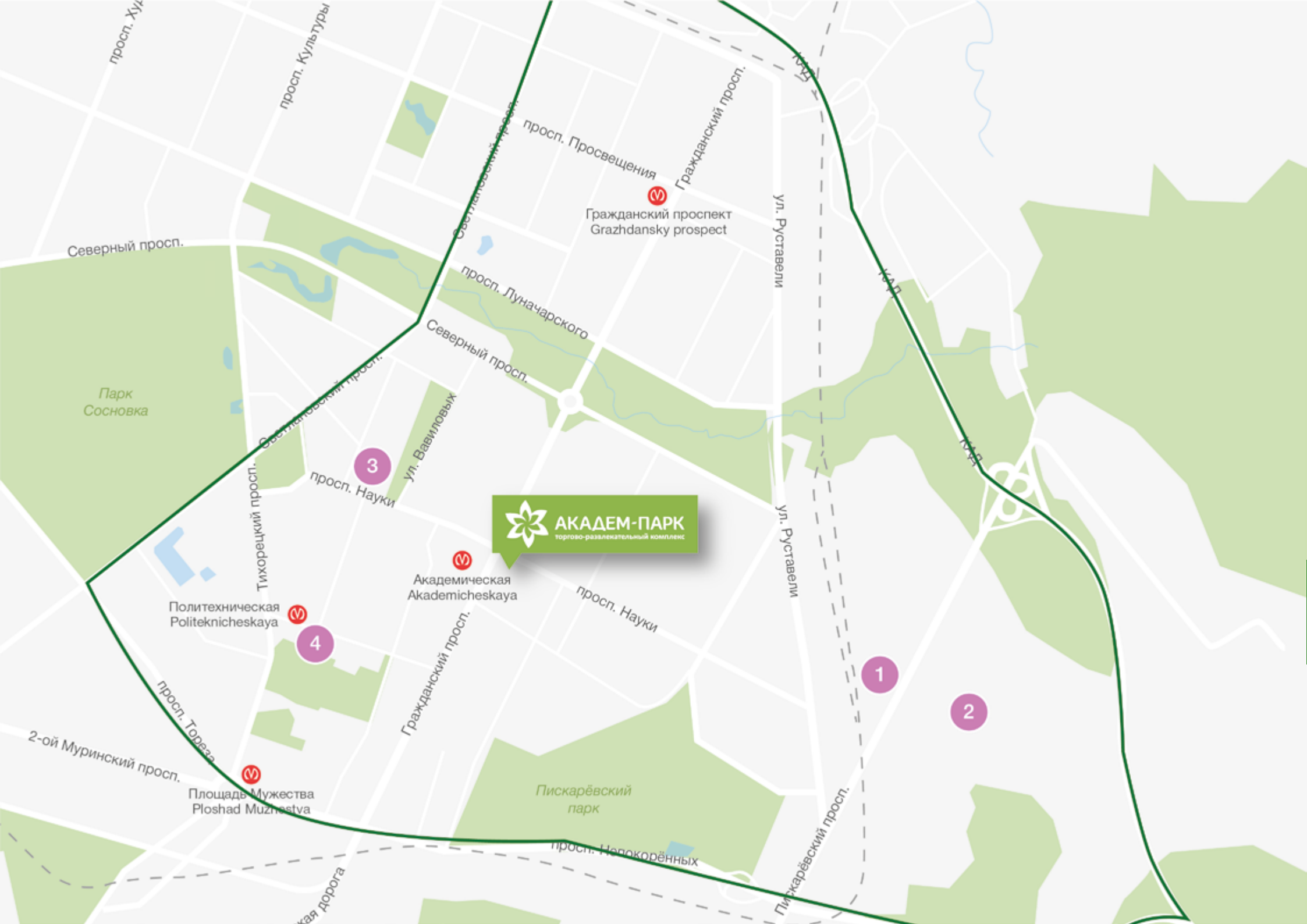
ЛОКАЦИЯ.
ЗОНА ОХВАТА

«Академ-Парк» – торговый комплекс районного формата, расположен в густонаселенном Калининском районе, наиболее крупном по площади районе Санкт-Петербурга. Локация объекта на пересечении проспекта Науки и Гражданского проспекта, напротив станции метро «Академическая», в окружении развитой городской инфраструктуры обеспечивает объект стабильно высоким покупательским потоком.

1.3 МЛН
Средний пассажиропоток
ст. м. Академическая за месяц

- 3 трамвайных маршрута
- 2 троллейбусных маршрута
- 16 автобусных маршрутов





Плановый объём жилья
нового строительства

251 400 кв. м

Плановый прирост населения

12 600 человек

ЖИЛОЕ
СТРОИТЕЛЬСТВО
В ЗОНЕ ОХВАТА
(2024-2027)

- | | | |
|---|----------------------------|-------------|
| 1 | ЖК Академик | 2025 - 2026 |
| 2 | ЖК Ручьи | 2024 - 2027 |
| 3 | ЖК Наука | 2024 - 2025 |
| 4 | ID Polytech (АйДи Политех) | 2026 |



АУДИТОРИЯ. ЦЕЛИ ПОСЕЩЕНИЯ

Ядро целевой аудитории – молодые семьи с детьми. Основные драйверы посещения: удобство локации ТРК; хороший пул арендаторов; наличие развлекательной составляющей (кинотеатр, кафе и рестораны, мероприятия). В среднем посетители проводят в ТРК «Академ-Парк» 3 часа и более.



38% покупка одежды и обуви
purchase of clothes and footwear



18% покупка продуктов питания
purchase of food



16% посещение кафе и ресторанов
visit of cafe and restaurants



9% покупка парфюмерии и косметики
purchase of perfumes and cosmetics



7% покупка детских товаров
purchase of kids goods



12% другое*
others*

AUDIENCE. VISIT PURPOSES

The core of the target audience is young families with children. Main drivers of visit: convenience of location of shopping and entertainment complex; good pool of tenants; the presence of an entertainment component (cinema, cafes and restaurants, events). On average, visitors spend 3 hours or more in the Academ-Park.

*Посещение кинотеатра, салона красоты; покупка бытовой техники и электроники, ювелирных украшений
*Visit to the cinema, beauty salon; purchase of household appliances and electronics, jewelry



37%

58%/42%

+15%

Семейная аудитория с уровнем дохода средний/средний+
Family Audience with Level income average / average +

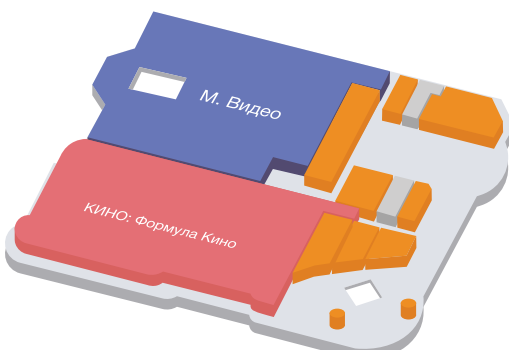
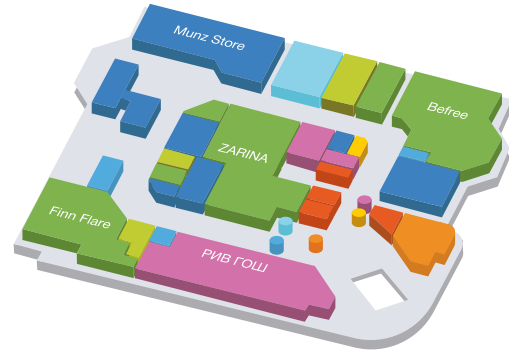
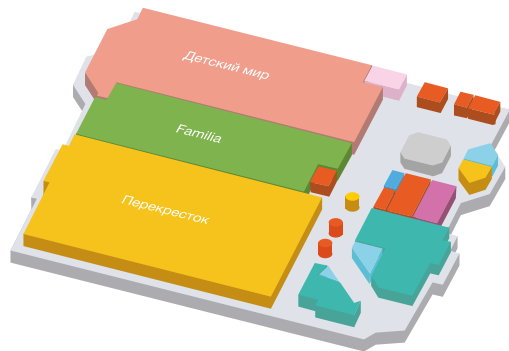
Соотношение женской и мужской аудитории
The ratio of female and male audience

Прирост молодой аудитории (до 25 лет) по отношению к прошлому году
Young audience growth (up to 25 years) in relation to last year



ПЛАНИРОВОЧНЫЕ РЕШЕНИЯ

PLANNING SOLUTIONS



	Одежда	Clothes
	Бельё	Lingerie
	Красота и здоровье	Health and beauty
	Обувь и кожгалантерея	Footwear and leather goods
	Аксессуары и ювелирные изделия	Accessories and jewelry
	Товары для детей	Kids goods
	Товары для дома	Homeware
	Продукты	Food hypermarket
	Услуги	Services
	Подарки и сувениры	Gifts and souvenirs
	Бытовая техника и электроника	Electronics and multimedia
	Рестораны и кафе	Restaurants and cafe
	Развлечения	Entertainment
	Зоотовары	Pet store
	Книги, канцтовары	Books, stationery

КОНТАКТЫ

Заместитель руководителя проекта
Елена Харламова
E-mail: e.harlamova@fortgroup.ru
Тел.: +7-812-456-64-04

Директор по продажам рекламных
возможностей Титоренко Светлана
E-mail: titorenko@fortgroup.ru
Тел.: +7 812 602 19 75

CONTACTS

Deputy Project Manager
Elena Kharlamova
E-mail: e.harlamova@fortgroup.ru
Tel.: +7-812-456-64-04

Sales Director of Advertising Opportunities
Titorenko Svetlana
E-mail: titorenko@fortgroup.ru
Tel.: +7 812 602 19 75

