



## 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

Магазин одежды MODIS – 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

Clothing store MODIS - 1 019 sq.m

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

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









## 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.



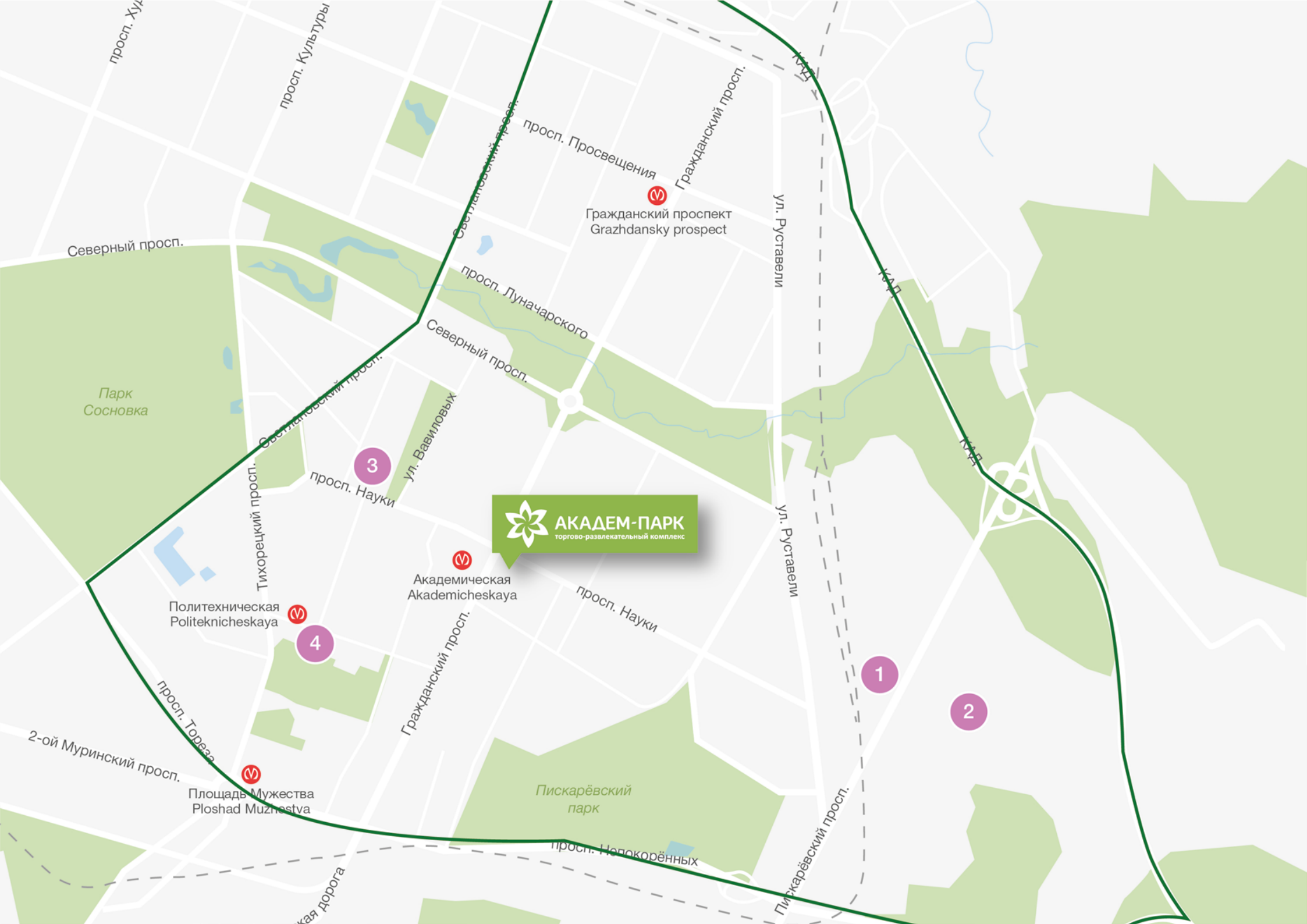












Плановый объём жилья  
нового строительства

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%**

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



**58%/42%**

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



**+15%**

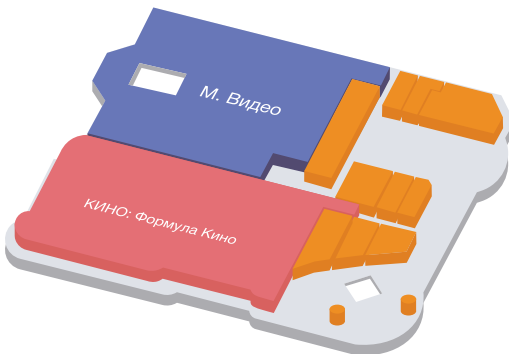
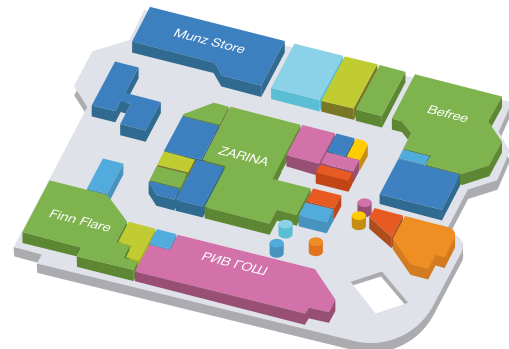
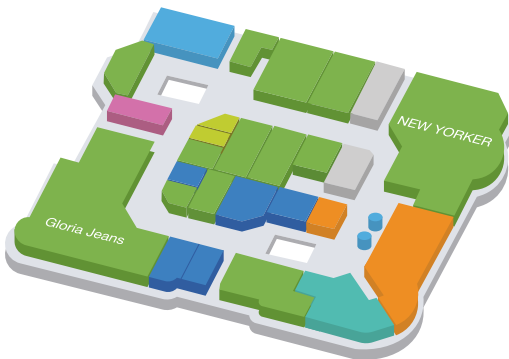
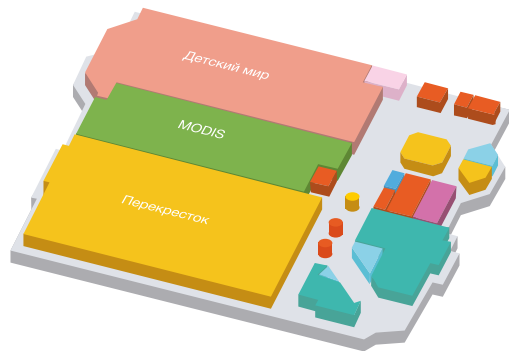
**Прирост молодой аудитории (до 25 лет) по отношению к прошлому году**  
Young audience growth (up to 25 years) in relation to last year







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                  |



## 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

