



**АКАДЕМ-ПАРК**  
торгово-развлекательный комплекс



## 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** **человек в год**  
mln 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 Supermarket - 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, Вкусно – и точка, 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, Vkusno – i tochka, ROSTIC'S, Burger King, Teremok, PhoBo etc.

 Перекресток

 синема парк ФОРМУЛА КИНО

 М.ВИДЕО

 MODIS

 детский мир

 Befree

 ZARINA

 LOVE REPUBLIC

 SAVAGE

 CALISTA

 DIPLOMAT

 CALAMAR

 FINN FLARE

 GJ

 О'НАРА

 mavi

 Makko

 RABE

 CALZEDONIA

 intimissimi

 Palmetta

 tribuna

 TBOE

 NEW YORKER

 RESPECT

 MUNZ STORE

 ECCO

 El Tempo

 Tamaris

 rieber

 Passo Avanti...

 РИВ ГОШ

 л'ОКСИТАН

 SUNLIGHT

 БРОННИЦКИЙ ЮВЕЛИР

 LADY

 marmalato

 askona

 COZY HOME

 modi

 TOM TAILOR

 LABBRA

 fisaman

 Салоны оптики  
СЧАСТЛИВЫЙ  
ВЗГЛЯД

 Строитель

 MACARONIKA

 УНЦИЯ

 АЛЬТА  
ВИНА

 Четыре глаза

 МТС

 МЕГАФОН

 билайн

 t2

 ВКУСНО-И ТОЧКА

 буше

 CINNABON

 BURGER KING

 IR

 Chili

 Теремок

 PhoBo

 Teriyaki  
гриль

 ФРАНКЛИНС  
БУРГЕР



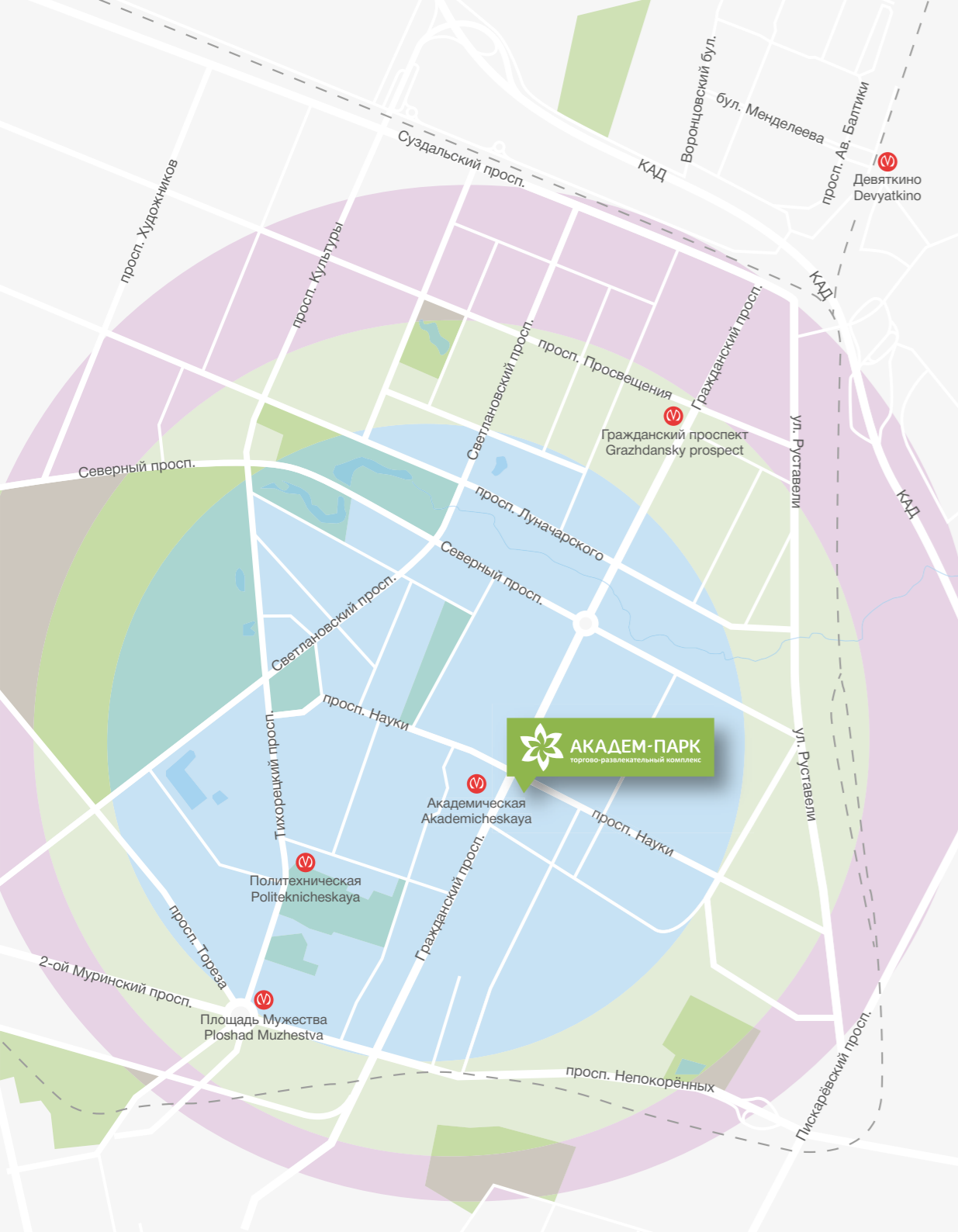
## ДИЗАЙН И КОНЦЕПЦИЯ ИНТЕРЬЕРОВ

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 90 000
10	2 50 000
15	3 20 000
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







## 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). В среднем посетители проводят в ТРК «Академ-Парк» 2 часа и более.



**35%** покупка одежды и обуви  
purchase of clothes and footwear



**23%** покупка продуктов питания  
purchase of food



**19%** посещение кафе и ресторанов  
visit of cafe and restaurants

## 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). On average, visitors spend 2 hours or more in the Academ-Park.



**6%** покупка парфюмерии и косметики  
purchase of perfumes and cosmetics



**7%** покупка детских товаров  
purchase of kids goods



**10%** другое\*  
others\*

\*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%**

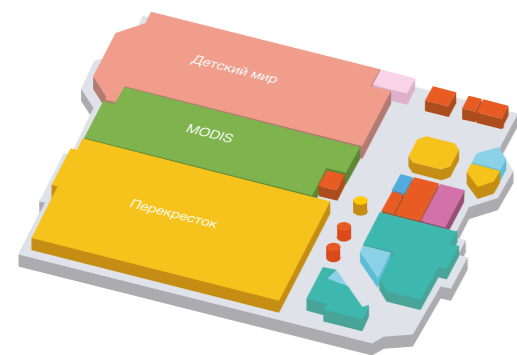
**Прирост молодой аудитории (до 25 лет) по отношению к прошлому году**  
Young audience growth (up to 25 years) in relation to last year



# ПЛАНИРОВОЧНЫЕ РЕШЕНИЯ PLANNING SOLUTIONS



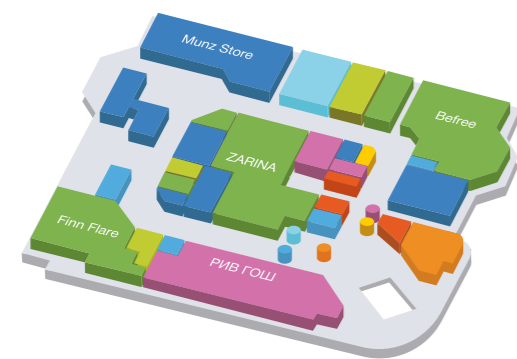
уровень  
level



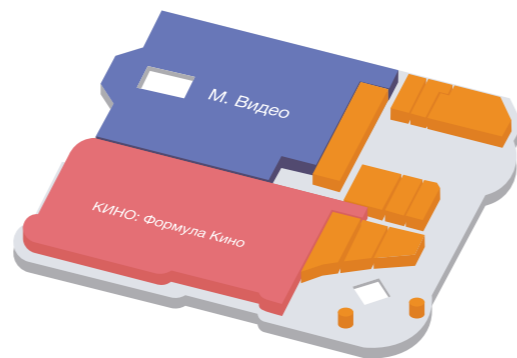
уровень  
level



уровень  
level



уровень  
level



	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
	Товары для животных	Pet store

## КОНТАКТЫ

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

## CONTACTS

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

