**РИТЕЙЛ-ПРОЕКТ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ НА REX-2017**

**25 апреля 2017 г., Москва – в рамках крупнейшей выставки коммерческой недвижимости REX ADG group представила масштабный ритейл-проект нового поколения – сеть районных центров.**

**Районные центры в цифрах:**

* Районные центры ADG group – это сеть из **39 объектов**.
* Аудитория: **2,5 миллиона человек**, живущих в 15-минутной шаговой доступности.
* Прогнозируется более **550 тысяч посетителей в день** по всей сети.
* **1900** современных торговых помещений на **324 000 кв м** GLA.

ADG group ставит перед собой масштабную и смелую задачу – воссоздать в густонаселеных районах города районные центры на базе 39 старых советских кинотеатров. Аудитория проекта – более 2,5 миллионов москвичей, живущих в 15-минутной шаговой доступности.

«Мы строим новые районные центры, которые призваны стать центрами жизни московских жилых районов. Помимо широкого выбора регулярно востребованных товаров и услуг и многозальных кинотеатров, наши центры предложат жителям разнообразные возможности для досуга, обучения и занятий спортом. Мы действительно создаем места, которые полюбят москвичи, которые будут их радовать и станут поводом для гордости. Одновременно, для наших партнеров – ритейлеров мы предлагаем новые эффективные возможности развития их бизнеса», - рассказывает **Григорий Печерский, управляющий партнер ADG group**.

В основе концепции проекта не только качественное развитие физического пространства будущих районных центров, но и усиление его за счет построения доверительных отношений с жителями и использования онлайн возможностей. У нового продукта будет три измерения. Первое — это физическое, то есть сами локации, здания с их архитектурой, прилегающая территория. Второе измерение — это взаимодействие с местным сообществом, выстраивание личных и долгосрочных отношений партнеров с посетителями. И последнее измерение — цифровое, которое просто невозможно игнорировать, существуя в современном быстроразвивающемся мире. В новых районных центрах, с точки зрения наполнения, досуговая функция так же важна, как и торговая.

«Одним из наших приоритетов является повышение эффективности бизнеса наших партнеров. Наши исследования потребностей жителей поможет партнерам сформировать набор самых востребованных товаров и услуг. А максимально широкий ассортимент можно будет предлагать аудитории всей сети районных центров - с помощью онлайн витрины и сети централизованных пунктов выдачи заказов, - рассказывает **Анна Образцова, коммерческий директор ADG group.** – Рассчитывая на долгосрочные и тесные отношения с жителями, при разработке программы лояльности мы сделали акцент на индивидуальный подход. Каждое наше сообщение должно обладать ценностью для каждого получателя, создавая еще один повод к нам прийти. Таргетировать свои предложения, адресуя их тем, кому это действительно нужно, наши партнеры смогут через систему персональных коммуникаций».

Общую концепцию и дизайн-код реконструкции разработало Лондонское бюро Amanda Levete Architects (ALA).

Здания, построенные почти полвека назад, реконструируют в соответствии с лучшими современными архитектурными практиками. В них создается безбарьерная среда, дизайн демонстрирует открытость городу и дружелюбное отношение к его жителям.

Первые этажи станут прозрачными, чтобы у людей создавалось ощущение плавного перехода из внешнего пространства внутрь. С этой же целью покрытие пола и мощение на прилегающей территории будут похожи по цвету и фактуре.

Фасады выполнят из высокотехнологичных, долговечных и экологически чистых материалов - керамических панелей, стекла и металла. Объекты будут органично вписаны в окружающую застройку и при этом создавать яркий акцент в окружающей среде.