



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА,
РЕДАКТОР GUIDE «ТЕРРИТОРИЯ КОМФОРТА»

ЛУЧШЕ, ЧЕМ ВЧЕРА

Есть в центре города, в хитросплетении улиц у Староневского, один вроде бы ничем не примечательный двор. Скорее просто большой просвет между старыми домами. К глухой стене прилепилась пара покосившихся гаражей, напоминающих заброшенные сараи для всякого хлама. Раньше над всем этим «великолепием» было какое-то замысловатое граффити, а сегодня стену украшает выразительный, как сейчас говорят, месседж. «И все-таки это мой вид из окна» громадными буквами написано на стене. В этом послании к человечеству есть какое-то трогательное упорство, уверенность и оптимизм. Как в лозунге «Зато не в кредит!» на стекле скромного отечественного автомобиля. Жду, когда в окнах комнат в коммуналках появятся письменные заверения «Зато не в ипотеку!».

Удивительно, как быстро приспосабливается, например, ресторанный бизнес к российским санкциям в ответ на европейские. Говорят, правда, есть рестораны, которые если не разорились, то загрустили в условиях эмбарго на деликатесы. Но зато некоторые быстро переориентировались, например, на сахалинские устрицы. Эти дикие скальные особи, оказывается, больше и жирнее их французских сородичей. Почему, спрашивается, об этом мы узнаем только сейчас? Выходит, до нынешнего исторического момента совершенно несправедливо приходилось жевать всякую скользкую мелочь из Франции! Вот ведь, оказывается, и итальянские сыры где-то на просторах нашей родины производят какие-то фермеры. А итальянские повара, работающие в двух российских столицах, теперь особенно полюбили свеклу и крапиву. Последнюю добавляют в тесто для равиоли — и ничего, язык не жжет. Так недалеко и до местного фуа-гра — что, у нас разве нет гусей и уток? А пресловутый хамон? Всего-то нужны свиньи да желуди...

Но не хлебом единым, как говорится. Что касается обустройства личного пространства, то здесь пока выбор велик. Несмотря на то, что элитная мебель уходит с рынка, как утверждают некоторые эксперты, многое остается. В конце концов, все зависит от ценника. Кое-какая корректировка — и элита легким движением руки приобщается к более широкому слою счастливых обладателей квадратных метров.

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ЖИТЬ ПО СВОЕМУ СТАНДАРТУ

СЕГОДНЯ ДЕВЕЛОПЕРЫ ДЕЛАЮТ СТАВКУ НА ПРОДАЖУ НЕ ПРОСТО КВАДРАТНЫХ МЕТРОВ, А СОБСТВЕННЫХ СТАНДАРТОВ ЖИЗНИ. ЭТО ПОЗВОЛЯЕТ ПОКУПАТЕЛЮ, ВЫБИРАЮЩЕМУ КВАРТИРУ ЕЩЕ НА ЭТАПЕ СТРОИТЕЛЬСТВА ДОМА, ПРЕДСТАВИТЬ, КАК ОН БУДЕТ ЖИТЬ И ГДЕ БУДУТ ИГРАТЬ ЕГО ДЕТИ. ПАВЕЛ НИКИФОРОВ

В условиях жесткой конкурентной борьбы застройщики пытаются максимально использовать все возможные инструменты продвижения, чтобы выделить свой объект. «Мы видим, как застраиваются целые территории, например Девяткино, и понимаем, что это большое количество одинаковых домов. Как же выбрать покупателю? Когда цена не является самым главным конкурентным преимуществом объекта, застройщики начинают создавать новые отличительные особенности жилого дома. Покупатели меньше доверяют рекламе, поэтому новым инструментом привлечения внимания становится отстройка от конкурентов за счет позиционирования собственных стандартов жизни», — считает директор по продвижению NAI Besar Анастасия Лепехина.

«На большой территории можно развивать интересные проекты комплексной застройки, хотя нечасто количество переходит в качество. Город регулирует комплексное освоение территорий через Генеральный план, Правила землепользования и застройки, градостроительные нормы проектирования. Вопрос в том, захочет ли девелопер привнести в среду новые форматы, перешагнув минимальный рубеж требований. Пока ситуация такова, что большинство застройщиков строят много и дешево, обращая внимание лишь на экономику проекта, а не на его идеологию, — рассказывает Александр Лелин, генеральный директор ЗАО «Ленстройтрест». — Но пришла пора формировать новую жилую среду. Нельзя сказать, чтобы многие продвинулись в этом, однако говорят о ней почти все. Кто первый воплотит слова в дело — выиграет. Мы к этому стремимся, рассчитывая на покупателя, которого не устраивают „муравейники“, который хочет чего-то качественно иного. Поэтому все новые проекты „Ленстройтреста“ создаются в рамках концепции „Живи“, предполагающей создание максимально комфортной жилой среды».

КОНЦЕПЦИЯ КАК ПРЕИМУЩЕСТВО

Девелоперы начинают продавать не просто квадратные метры, а атмосферу — особые концепции внутренних дворов, делая акцент на добрососедских отношениях. По мнению экспертов, на самом деле все стандарты строятся на качественной и комфортной жизни, просто носят разные названия. Важно это не в экономклассе, где главным критерием остается цена, а, например, в комфорт-классе, где покупателю нужно объяснить, за что он переплачивает, ведь реальные отличия в этих сегментах выделить довольно сложно.

«Стандарт на квартиры помогает застройщику, с одной стороны, сформулировать и унифицировать требования к



ВНУТРЕННЕЕ ПРОСТРАНСТВО ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА «ПАРАДНЫЙ КВАРТАЛ» ВПОЛНЕ СООТВЕТСТВУЕТ СВОЕМУ НАЗВАНИЮ

продукту, с которым он выходит на рынок, с другой стороны — позволяет клиенту гарантированно получить заданный уровень качества жизни вне зависимости от того, где строится объект, кто его проектировал и какой подрядчик строил. Стандарт — это бренд для продукта, понятный покупателю», — считает Антон Евдокимов, генеральный директор ГК «Эталон».

Так, одной из первых компаний, которые стандартизировали свои дома, стала группа компаний ЦДС, которая вывела на рынок сначала «БК-Стандарт», а в 2012 году модернизировала его. «Улучшения коснулись не только жилых помещений, но и холлов, и придомовой территории. Мы следим за требованиями рынка и нашего потребителя. В квартирах устанавливают двухкамерные стеклопакеты, металлические входные двери, домофоны с возможностью связи с консьержем, фильтры глубокой очистки воды. В домах предусматриваются также видеонаблюдение за придомовой территорией, спутниковое телевидение и скоростной интернет. Новые стандарты качества насчитывают в общей

сложности более пятнадцати позиций», — рассказывает Сергей Терентьев, руководитель департамента недвижимости ГК «ЦДС». «Мы против того, чтобы дворы были заставлены машинами. Например, в проекте „IQ Гатчина“ предусмотрено создание закрытой дворовой территории, и родители наконец-то смогут спокойно отпустить детей погулять во дворе. При этом существование автомобилей никто не отменял, автовладельцам по-прежнему надо где-то парковаться. Поэтому мы детально прорабатываем систему парковок в наших кварталах и внутреннюю логистику. Мы внимательно подходим к созданию ландшафтного дизайнера, чтобы добиться внешней гармонии как с окружающей средой, так и с общей архитектурой жилого квартала. Детские площадки обязательно оборудуем развивающими конструкциями и разделяем по возрастам, чтобы старшие дети не мешали малышам и наоборот. В стандарт „Живи“ входят современные европейские тенденции и в архитектуре, и в планировке», — заявляет Александр Лелин. → 20