



Понедельник, 20 октября 2014 №190/П
(№5463 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №17–32
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Рег. №01243 22 декабря 1997 года
Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге

Территория комфорта

Guide

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА



ООО «ЛСР. НЕДВИЖИМОСТЬ – СЕВЕРО-ЗАПАД». Реклама

ПАРТНЕР ВЫПУСКА

РОССТРОЙИНВЕСТ



ЗАО «РосСтройИнвест», Реклама



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА,
РЕДАКТОР GUIDE «ТЕРРИТОРИЯ КОМФОРТА»

ПРОСТРАНСТВО ОБИТАНИЯ

Трудно себе представить, но самые маленькие квартиры в мире занимают всего пять квадратных метров. Одна находится в центре Рима, другая — Лондона, и каждая стоит как дом в итальянской и даже британской провинции. Вот так в европейских столицах ценится центральное местоположение. То есть получается, что локация гораздо дороже жизненного пространства и элементарного комфорта. Хотя, что касается последнего, то в этих квартирах все есть — и санузел за перегородкой с сидячей ванной, и кровать на антресолях, и отдельный вход, и какой-никакой вид из окна. И надо сказать, для таких квартир всегда находятся покупатели.

Жизнь на таком метраже, да еще за такие деньги в наших пенатах совершенно немыслима. Самые маленькие квартиры, выставленные на продажу в России, имеют площадь в 13 квадратных метров. Хоромы по сравнению с пятиметровыми малютками! Не хотелось бы в такой оказаться, хоть и в центре Европы, но вопрос об оптимальном количестве метров для личного пространства напрашивается. Сколько же, в самом деле, нужно человеку метров, чтобы чувствовать себя дома вполне комфортно? Если отвлечься от соображений престижа и прочих искусственных факторов, то, по мнению психологов, речь идет вовсе не о площади, а об области жизненного пространства, дающей ощущение комфорта, уюта и безопасности. И в этом пространстве хорошо, когда все привычно и предсказуемо, то есть ощущением здесь правят стереотипы. Такое вот психологическое объяснение. А выходишь из привычного мира — сразу оказываешься на территории риска.

И все-таки это здорово, что стереотипы имеют свойство меняться с годами. Особенно у тех, кто когда-то жил в студенческих общежитиях и ел одни макароны, которые тогда пастой не назывались. Эти люди мечтали выбраться из своей «зоны комфорта», и у некоторых получилось. Теперь они осваивают острова. И не в далеких морях-океанах, а наши, петербургские — Каменный, Заячий, Крестовский... Последний особенно. И благодаря этому в Петербурге появляется жилье самого комфортного свойства. Пусть и не в центре мира.

КАК ЖИТЬ ЗА КАДОМ ЗА КОЛЬЦЕВОЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ДОРОГОЙ ПЕТЕРБУРГА СТРОИТСЯ ВСЕ БОЛЬШЕ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ. МОЖНО ЛИ РАССЧИТЫВАТЬ, ЧТО, ПРИОБРЕТАЯ ТАМ КВАРТИРУ, ПОКУПАТЕЛЬ ПОЛУЧАЕТ НЕ ТОЛЬКО НЕДОРОГОЕ СПАЛЬНОЕ МЕСТО, НО И КОМФОРТНУЮ СРЕДУ ОБИТАНИЯ?

ПАВЕЛ НИКИФОРОВ



ЕВГЕНИЙ ГАВЛЕНКО

КОМФОРТ ОТДАЛЕННОГО ОТ ГОРОДСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЖИЛЬЯ ОСТАЕТСЯ ВЕСЬМА УСЛОВНЫМ

По данным консалтингового центра «Петербургская недвижимость», объем предложения на конец первого полугодия по всем территориям, включая пригородную зону Ленобласти, составил 4,11 млн кв. м. Доля жилья класса масс-маркет в общем объеме предложения составила 86,6%. Доля жилья в общем объеме предложения, приходящаяся на пригородную зону Ленобласти, в квадратных метрах составила 31% (в аналогичном периоде прошлого года — 28%). За первое полугодие в Санкт-Петербурге и пригородных территориях Ленобласти было реализовано 2,41 млн кв. м, что на 42,7% больше, чем в аналогичном периоде 2013 года (1,7 млн кв. м). Показатель первого полугодия 2014 года составляет 62% от всего объема реализованного жилья за 2013 год, а 66% объема спроса приходится на обжитые районы города и административно подчиненные районы; 34% — на пригородные территории Ленинградской области.

«Доля новостроек за КАДОМ в общем объеме рынка строящегося жилья за последний год заметно выросла и уже составляет треть от совокупного объема городских и пригородных областных новостроек. Сейчас самое активное строительство ведется в Мурино и Кудрово, постепенно к ним присоединятся жилые комплексы в Сертолово, Янино, Буграх и

Новоселье. Почти все предложения новостроек за КАДОМ — это класс эконо, хотя в последнее время намечается тенденция строительства на пригородных территориях жилья комфорт-класса», — рассказывает Роман Мирошников, исполнительный директор ЗАО «Ойкумена».

Пока, по словам экспертов, квартирографию и планировки большинства проектов «закадьа» назвать комфортными можно с трудом, в основном это типовые планировки с преобладанием студий и однокомнатных квартир. «Скорее к комфортному жилью можно отнести жилье малоэтажное. Сегодня в понятие комфортности вкладывается основной набор социальных составляющих, таких как детские сады, школы, а также зеленые насаждения и детские площадки. По нашему мнению, для комфортного проживания также нужны торговые объекты и остро необходимы медицинские учреждения, органы правопорядка. Непосредственно относящимся к комфортности является вопрос парковочных мест и транспортной доступности», — уверена Тамара Попова, руководитель отдела исследований рынка недвижимости Knight Frank St. Petersburg.

СРЕДА ОБИТАНИЯ Что же вкладывается в понятие комфортной среды? «Это

квартира, подъезд, дом, двор, улица... Современная, эргономичная квартира; уютная, чистый и безопасный подъезд; ландшафтный дизайн, свободный от машин двор; дом современной архитектуры; улица — продуманная логистика, зеленые зоны», — рассказывает Виктор Лебедев, директор проекта «IQ Гатчина».

«Почти 80 процентов своих потребностей житель должен решать в пешеходной доступности. В эконо-сегменте немного другие потребности, чем в элите, но суть все равно одна. Везде востребованы магазины, салоны красоты, отделения банков, кафе и рестораны, детские сады, школы», — говорит Игорь Оноков, генеральный директор девелоперской компании «Леонтьевский мыс».

В Ленинградской области сейчас большинство объектов позиционируются как проекты комплексного освоения — это большой плюс для будущих жителей. То есть они должны стать полноценными микрорайонами с удобной средой проживания. «Сейчас бывает так, что объект имеет хорошие видовые аспекты, но нет безопасности. Может быть хорошая экология, но при этом очень неудачные планировки квартир. И задача строителей — грамотно сбалансировать все критерии городской среды. Если такого баланса удастся достичь, то комфортность приобретает со-



КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ТЕНДЕНЦИИ

вершенно иное значение», — уточняет Роман Мирошников.

«По нашим оценкам, к 2015 году две трети всего объема жилья будет строиться в рамках проектов комплексного освоения территорий. Проекты КОТ — это территории, развитие которых подразумевает формирование одного или нескольких кварталов со всем набором вновь создаваемой инженерной, социальной и транспортной инфраструктуры. Каждый проект нужно рассматривать отдельно, и каждая территория требует особого подхода для создания концепции развития. Это зависит от многих факторов: локации и рельефа, близости к транспортным магистралям и источникам энергоносителей, пожеланий заказчика», — говорит Любава Пряникова, старший консультант департамента консалтинга Colliers International в Санкт-Петербурге.

«Сегодня для покупателя важно, в какой район он переезжает. Несмотря на высокий спрос на жилье, сохраняющийся в Петербурге, общественные пространства, парки, объекты культуры и спорта являются обязательной составляющей проекта КОТ в настоящий момент. Это составляющие успеха, делающие привлекательным весь проект», — уверен Сергей Терентьев, руководитель департамента недвижимости ГК ЦДС.

«На мой взгляд, большинство девелоперов в связи с возросшей конкуренцией все больше внимания уделяют обеспечению комфорта проживания в своих объектах. В том числе и девелоперы, работающие в пригородной зоне Ленобласти, в частности, в Мурино и Кудрово. Многие из того, что строится на окраинах города и в пригородной зоне Ленобласти, благодаря комплексному подходу к развитию территории уже сейчас разительно отличается от старых спальных районов. Высокая конкуренция заставляет девелоперов тщательно продумывать концепции своих проектов», — полагает Ольга Трошева, руководитель консалтингового центра «Петербургская недвижимость».

ЗАГРАНИЧНЫЙ КОМФОРТ Сегодня среди застройщиков и покупателей часто бытует мнение, что территория на границе города и области подходит только для строительства кварталов экономкласса: с типовой архитектурой, минимальными удобствами, большой плотностью населения и максимальной высотностью. Но это не так. По мнению Романа Мирошникова, комфортная среда — это социальная инфраструктура, школа, детские сады: «Для детей должны быть запланированы игровые площадки, а для взрослых — спортивные. Выгуливать собак нужно также на специально оборудованных площадках. В качестве дополнительных удобств — помещения для хранения колясок и велосипедов, а также специальные помещения для мытья обуви и лап домашних питомцев. Такие элементы, как развитая социальная инфраструктура, хорошая транспортная доступность, зеленые зоны, рекреационные пространства, продуманная планировка кварталов и квартир, в правильных пропорциях и сочетании существенно увеличивают добавочную стоимость жилья».

«Мы изначально ставим перед собой задачу сформировать качественную и комфортабельную среду обитания. В квартале предусмотрено много зелени, уютные закрытые внутренние дворики в

каждом доме, активное велодвижение. Уже на первом этапе строительства мы планируем возвести две школы и четыре детских сада, спортивный комплекс с бассейном, офисно-торговые центры, парковочные места на каждую квартиру. Через весь квартал пройдет красивый прогулочный бульвар, свободный от автомобилей, где разместятся кафе, магазины, рестораны — эта пешеходная зона станет центром притяжения для местных жителей, которые смогут гулять и отдыхать рядом с домом, не выезжая в центр», — обещает Анзор Берсиров, руководитель проектов комплексного освоения территорий ЗАО «Строительный трест».

«Для покупателей жилья экономкласса фактор комфорта вторичен относительно цены. Выбор новоселов в первую очередь определяется дешевизной квадратного метра. Значение имеет также развитая транспортная инфраструктура и обеспеченность социальной инфраструктурой (детский сад, общеобразовательная школа), возведение которой является прямой обязанностью застройщика. В таких объектах распространены квартиры-студии площадью 25–29 кв. м и однокомнатные площадью 32–35 кв. м. Двухкомнатное жилье занимает 45–55 кв. м. У покупателей квартир комфорт-класса на первом месте в приоритете транспортная доступность, затем наличие социальной инфраструктуры, цена метра. В таких проектах более удобные планировки и увеличенные площади квартир (однокомнатная — 40–45 кв. м, двухкомнатная — до 60 кв. м), общих помещений, возможно наличие водоема, парка», — объясняет Полина Яковлева, директор департамента новостроек NAI Becar.

ОДНА ПЯТАЯ ЗА СРЕДУ Во что обходится девелоперу создание подобной среды? «Ориентировочно 20 процентов от обычной стоимости строительства. Мы осваиваем новый рынок комфорт-класса, наличие подобных опций — это обязательное условие для людей, готовых платить за комфорт, особое к себе отношение. В сегменте комфорт-класса нельзя продавать отдельно квартиру, отдельно комфортную среду обитания, все только в комплексе», — рассказывает Виктор Лебедев.

«Благоустройство — это большой вопрос современного девелопмента. Оно требует не только финансовых вложений, но и площадей. В больших кварталах дополнительные площади под благоустройство находятся редко по понятным причинам — застройщикам нужно больше продаваемых метров, они, в свою очередь, требуют проездов, парковок и прочего. Сейчас наблюдается явный тренд к улучшению качества территорий вокруг новых домов. Застройщики пытаются вкладываться, однако рыночная ситуация в итоге все равно заставляет действовать по минимальным нормативам», — резюмирует Всеволод Глазунов, руководитель маркетинговой лаборатории компании Legenda.

В условиях жесткой ценовой конкуренции делается все для снижения издержек и увеличения объема бетонометров. Компаний, которые всерьез решились бы на качественное сверхнормативное благоустройство и довели бы эти намерения до результата, пока на рынке не заметно. Очевидно, что это будет востребовано покупателем, но рискнуть и проверить на деле пока мало кто решается — слишком высока будет цена промаха. ■



МЕБЕЛЬ, СТИЛИЗОВАННАЯ ПОД 60-Е ГОДЫ ПРОШЛОГО ВЕКА, МОЖЕТ ВЫГЛЯДЕТЬ ВЕСЬМА ОРИГИНАЛЬНО

АРТЕФАКТЫ И ДРЕВНОСТИ НА ПЕТРОГРАДСКОЙ

НА БОЛЬШОМ ПРОСПЕКТЕ ПЕТРОГРАДСКОЙ СТОРОНЫ ОТКРЫЛСЯ НОВЫЙ САЛОН «АРТЕФАКТ». ТАК ГАЛЕРЕЯ ПРЕДМЕТОВ ИНТЕРЬЕРА ОТМЕТИЛА СВОЕ ДЕСЯТИЛЕТИЕ В ПЕТЕРБУРГЕ.

Коллекция дизайнерской мебели подобрана экспертами галереи — они разыскивают предметы по семейным мастерским, иногда в самых отдаленных уголках Индии. Есть здесь и оригинальная мебель из Непала. Новый салон условно делится тематически. Первый этаж отдан древностям — некоторые предметы мебели, двери, детали интерьера, колонны имеют весьма внушительный возраст — до 500 лет. Интересны уникальные современные изделия с антикварными элементами — индийские ремесленники, сохраняя фактуру старинных досок, которые с годами делаются крепче, перепиливают

их и создают шкафы и комоды со старинной резьбой, некогда украшавшей балкон богатого дома, или со следами краски, нанесенной мастером сотни лет назад.

На втором этаже представлены изделия современного производства: объекты в стилистике индустриального шика, ретромебель в духе 1940-х и 1960-х годов, предметы в стиле бохо. Аутентичные светильники самых невероятных форм расположенные в разных частях салона. В разделе ковров представлены узелковые и тафтинговые ковры, килимы (тканые гладкие двусторонние ковры ручной работы), изделия из джута. ■



СУНДУКИ, РУНДУКИ, САКВОЯЖИ И КОМОДЫ ПРЕДСТАВЛЯЮТ РАЗНЫЕ ЭПОХИ И СТИЛИ

НЕ УДАРИТЬ В ГРЯЗЬ ФАСАДОМ

ДЕВЕЛОПЕРЫ УЖЕ НЕ ПЕРВЫЙ ГОД БЬЮТСЯ НАД ТЕМ, ЧТОБЫ ИХ ЗДАНИЯ ВЫДЕЛЯЛИСЬ ИЗ ОБЩЕЙ МАССЫ. САМЫЙ ПРОСТОЙ СПОСОБ СДЕЛАТЬ ОБЪЕКТ ЗАПОМИНАЮЩИМСЯ — ОРИГИНАЛЬНО ОФОРМИТЬ ФАСАД.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

С появлением коммерческого домостроения застройщики начали возводить дома по индивидуальным проектам, добавляя в архитектуру здания различные элементы декора: кованые решетки балконов, колонны, лепнину, витражное остекление, используя при отделке фасада разные цветовые решения. Почти каждый проект, который появлялся на рынке, обладал какими-то элементами фасадного декора, но отсутствовали неординарные, может быть, даже эпатажные решения. В последние годы в условиях обострения конкуренции появилась необходимость яркого выделения жилого комплекса среди похожих проектов, что несколько увеличивает количество интересантов, а соответственно, и темпы продаж.

«Последним трендом стали разноцветные контрастные оттенки фасадов, что на фоне пасмурного серого неба Санкт-Петербурга смотрится очень празднично и оригинально. ГК „Унисто Петросталь“, основываясь на тематике жилого комплекса „Тридевяtkино царство“, выложила на фасадах жилых домов образы русского фольклора кирпичом разных оттенков. В целом можно отметить, что доля объектов, в которых используются нестандартные решения при отделке фасадов, пока минимальна — не более пяти процентов, но ожидаем ее увеличения до 10–15 процентов в течение следующих пяти лет», — говорит Арсений Васильев, генеральный директор ГК „Унисто Петросталь“.

Петр Буслов, руководитель аналитического центра ООО «Главстрой-СПб», в своих прогнозах идет еще дальше: «Через три-пять лет в Петербурге без оригинальных фасадов будут представлены новостройки только в суперэкономклассе».

Впрочем, пока далеко не всегда заявленные планы соответствуют реальности. Всеволод Глазунов, руководитель маркетинговой лаборатории компании Legenda, говорит: «Потребитель любит все яркое и необычное. И, конечно же, дома, выделяющиеся на фоне серой массы, вызывают у него особый интерес. Однако помимо яркой картинки, которую показывают покупателю квартиры на этапе заключения договора, важно фактическое исполнение, которое не портило бы изначальную архитектурную идею и не оставляло у новосела ощущение, что его „опять обманули“. Проблема большинства проектных организаций Петербурга в том, что они с удовольствием создают проекты с интересными и необычными фасадами, не особо задумываясь, как это воплощать в жизнь и сколько это будет стоить. И очень немногие застройщики дотягивают изначально красивый проект до конца без потери в уровне исполнения — опять же по причине высокой стоимости качественных решений. Интересная архитектура и качественный фасад — безусловно, элементы, эффективно формирующие добавочную стоимость квадратного метра. Именно поэтому интересных фасадов становится больше — правда, пока только на кар-



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

ИГРА ЦВЕТОМ СОЗДАЕТ ИЛЛЮЗИЮ РЕЛЬЕФА И ВЫДЕЛЯЕТ ФАСАД СРЕДИ ОДНООБРАЗНОЙ ЗАСТРОЙКИ

тинках. В условиях ценовой конкуренции застройщикам очень хочется выделяться, но получается разве что простыми и дешевыми средствами, которые в итоге не являются ни качественными, ни долговечными».

«Всем давно надоели серые и однообразные дома. Даже просто за счет современной и качественной раскраски можно поднять узнаваемость, а значит, и продажи своего проекта. Если подобная раскраска продумана, проработана с архитекторами и дизайнерами, то это уже не просто современный фасад, а часть комфортной среды обитания. На цены это не влияет, зато увеличивает лояльность покупателя, который в серые будни поднимает себе настроение только за счет того, что живет в красивом доме. А это много значит», — говорит директор «IQ Гатчина» Виктор Лебедев.

Роман Мирошников, исполнительный директор ЗАО «Ойкумена», добавляет: «Нужно понимать, что оригинальный фасад должен быть не просто броским и запоминающимся, но и функциональным. Оригинальный дизайн оправдан, если он не только привлекает к себе внимание, но и создает дополнительный визуальный комфорт для тех, кто будет жить в этом доме и видеть этот дом каждый день. Такой подход мы используем в новом ЖК „Граффити“, где необычные фасады будут зонировать жилой комплекс, так что в нем будет проще ориентироваться».

Екатерина Фонарева, коммерческий директор корпорации «Баркли», предупреждает: «В погоне за необычными фасадами очень важно не навредить внутреннему пространству квартир. В последнее время наиболее важным фактором для

покупателя является именно планировка и функциональность квартир. Переплачивать за лишние и никому не нужные метры никто не будет. А ведь причудливый фасад с замысловатой геометрической формой и сложная система несущих конструкций не позволяют распланировать внутреннее пространство здания таким образом, чтобы оно было удобным для жизни».

Начальник отдела маркетинга продукта компании «ЮИТ Санкт-Петербург» Мария Кукса добавляет еще один аргумент в пользу оригинальных фасадов: «Каждый застройщик старается сделать фасад дома узнаваемым, поэтому ищет свою „изюминку“ и повторяет ее от объекта к объекту. В этом случае при взгляде на тот или иной дом вне зависимости от его месторасположения, любому человеку становится ясно, какая компания его построила».

Последние несколько лет популярность приобрело панорамное остекление. Застройщики прибегают к этому решению, чтобы наиболее выгодно раскрыть видовые характеристики объекта. «Конечно, лучше сделать остекление от пола до потолка, но тогда дом будет похож на стеклянную безликую коробку. С одной стороны, человек хочет жить в красивом доме, с другой — внутри квартиры ему нужно максимальное пространство и виды. Сочетать эти две потребности непросто, но возможно за счет таланта архитектора обыграть и то, и другое в проекте», — говорит Игорь Оноков, генеральный директор девелоперской компании «Леонтьевский мыс». В этом проекте дизайн фасадов разработал архитектор Филипп Старк. «Идея Филиппа Старка заключается в том, чтобы комплекс не выглядел слишком массивно, а это можно сделать только за счет крупных

декоративных элементов. Всего для отделки будет использовано около 5,5 тыс. керамических широкоформатных плит размером 3x1,5 м. Мы искали подходящие материалы около полугода. В итоге пришлось заказывать у итальянской компании Fiandre, поскольку в России нет ни одного производителя плит таких размеров. На фасадные работы направлено около 10 процентов от общих инвестиций в сам проект — 450 млн рублей. Для сравнения: в среднем на рынке на фасадные работы жилых комплексов уходит 5–7 процентов всех инвестиций в строительство объекта», — рассказал господин Оноков.

«Фасады наших smart-домов в разы дороже традиционных решений, применяемых сегодня в городе. Мы хотели, чтобы они были не только такими же красивыми, как на картинке, но и долговечными и удобными в эксплуатации. Важным фактором архитектурной концепции были крупноформатные элементы фасада различных сочных цветов. Всем этим требованиям отвечал керамогранит итальянской фабрики Laminam. Этот производитель специализируется на „крашеных в массу“ плитках, что обеспечивает долговечность их цвета. Крупноформатные кассеты с заполнением керамогранитными плитками достигают размера 1x2 м и крепятся к стене дома с помощью надежной алюминиевой подсистемы. На сегодня наша компания первая в городе применила такой фасад в жилищном строительстве», — рассказал господин Глазунов.

Дмитрий Главник, генеральный директор «ПСП Групп», отмечает: «Общая стоимость устройства фасадов в зависимости от выбранного решения (штукатурные, каменные, витражные) колеблется в пределах 5–10 процентов от общей стоимости строительно-монтажных работ (я не беру во внимание фасады с облицовкой гранитом и лепниной). Введение дополнительных элементов декора (накладки из пенополистирола или за счет декоративной кладки) увеличивает стоимость фасадных работ на 10–20 процентов, то есть 1–2 процента от общей стоимости строительства».

Петр Буслов считает, что оригинальный фасад в комплексе с другими характеристиками жилого комплекса, обеспечивающими его дополнительную привлекательность для покупателей, может прибавить к цене продаж 5–8%. В категории элитной недвижимости необычное оформление фасада может увеличить стоимость квадратного метра до 10%. «Дело в том, что покупатель элитных квартир более требователен к архитектуре объекта, различным его элементам и наполнению. Поэтому фасадные решения — это один из основных критериев при выборе квартиры в элитном доме, — поясняет господин Буслов. — Например, в ЖК „Юнтолово“ после оформления первых фасадов домов в скандинавском стиле объем продаж „Главстрой-СПб“ по данному проекту вырос на 9,5 процента». ■



*Особняк в фешенебельном квартале
«Парадный квартал», корпус 17/18*



Санкт-Петербург, Парадная улица, дом 3, корпус 2

Первый фешенебельный квартал в центре Петербурга на площади 10 га, с жилыми и офисными зданиями, новыми улицами и площадью в центре. Все здания выполнены в классическом архитектурном стиле и имеют единое конструктивное решение. Проект объединяет 16 корпусов, 8 из которых — отдельно стоящие офисные особняки класса А+.

**Введен
в эксплуатацию**

*Общая площадь особняка 12073,7 кв.м (в т.ч. площадь террас 25,9 кв.м)
Собственный паркинг на 61 м/место, а так же дополнительные м/места
в паркинге «Парадного квартала».*

- Воссозданный исторический особняк
- В составе премиального офисно-жилого комплекса «Парадный квартал»
- Статусное местоположение, избранное окружение
- Последнее офисное здание «Парадного квартала»

**Продажа квартир и офисов
в центре Петербурга**

Проектная декларация на сайте www.6888888.ru. Реклама

ЦЕНТР ПРОДАЖ

Санкт-Петербург, ул. Кирочная, д. 39

ОФИС ПРОДАЖ

Санкт-Петербург, ул. Казанская, д. 36



ДВОР ПОВЫШАЕТ ЛИКВИДНОСТЬ

по мнению участников рынка, оригинальное оформление придомовой территории может повысить стоимость жилья на 5–7%. Но это в Петербурге или Москве. В регионах, не избалованных маркетингом девелоперов, рост может составлять и 20%. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

С точки зрения потребителя, территории с оформленными и облагороженными придомовыми территориями выглядят очень привлекательно, с точки зрения собственника, такие вложения также оправданы, так как ведут к увеличению ликвидности и косвенно — к удорожанию близлежащих домов.

Илья Тюкин, директор ГК «Арт-фасад», считает, что оригинально оформленный двор может поднять цену на недвижимость на вторичном рынке на 5–7%: «Достаточно сложно оценить изменение стоимости жилья на первичном рынке недвижимости при возникновении преобразованных территорий, так как здесь постоянно наблюдается рост стоимости объекта в зависимости от его стадии строительства. Одно можно сказать точно: наличие благоустроенной территории и необычных решений в плане улучшения среды обитания хорошо сказывается на ликвидности проекта и реализации последующих очередей крупного строительства».

Если же говорить о рынке недвижимости регионов, то там, по мнению господина Тюкина, наличие благоустроенной территории оказывает гораздо более существенное влияние на стоимость жилья. «Например, в Тюмени создание благоприятной и оригинальной придомовой среды может увеличить стоимость объекта на 20%, это весьма существенная цифра», — уверен он.

Екатерина Фонарева, коммерческий директор корпорации «Баркли», подсчитала, что наличие благоустроенной площадки повышает стоимость квартиры на 8–10%: «Если дворовая территория обширна по площади или имеет преимущество в виде оригинального ландшафтного дизайна или дополнительной инфраструктуры — этот показатель может достигать 12–15%».

Впрочем, некоторые аналитики склонны считать, что благоустроенный и оригинальный двор не столько повышает цену недвижимости, сколько ускоряет продажи. Роман Мирошников, исполнительный директор ЗАО «Ойкумена», говорит: «В новых районах все придумки — Wi-Fi во дворе, детские площадки, клумбы, колясочные и так далее — не делают жилье более дорогим. Они помогают сделать выбор в пользу того или иного проекта».

Кристина Томилина, руководитель отдела продаж городской недвижимости Intermark Savills, придерживается похожего мнения: «В настоящее время придомовая территория объекта недвижимости

класса премиум — это одна из ключевых характеристик, обеспечивающих успешность продаж». Она уверена, что в девелопменте новых жилых проектов ситуация в последние годы изменилась и акценты сдвинулись: «Еще не так давно все рисовалось и устраивалось вокруг дома, а озеленение проводилось лишь на остатках незастроенной площади земельного участка. Сейчас девелоперы придерживаются новой концепции, где основное внимание уделяется экологичности. Как правило, это выражается в наличии на территории комплекса собственного закрытого парка с высаженными крупномерами и множеством растений».

В новых проектах премиум-сегмента девелоперы настолько озадачились качеством ландшафта на территории, что нанимают для дизайна внутреннего двора известные всему миру европейские компании, специализирующиеся на разработке и оформлении дизайна территории. «Наличие парка во дворе — это не просто преимущество, благодаря которому клиент делает финальный выбор в пользу того или иного проекта. Для застройщиков это также возможность привлечения дополнительного пласта семейных покупателей, которым помимо большой площади квартиры нужен еще и парк для прогулок с детьми», — говорит госпожа Томилина. Затраты девелопера на дизайн и благоустройство дворовой территории она оценивает от \$200 до \$500 за квадратный метр территории.

Марьяна Мансырева, руководитель отдела продаж компании «Квартстрой-МО», считает, что нельзя вывести какую-то общую сумму затрат на оформление придомовой территории, так как у каждого застройщика они свои, это во многом зависит от класса жилья. «Конечно, у покупателей элитного жилья запросы больше, и суммы на благоустройство уходят большие. Так, в премиум-классе обычно тратится от 4 тыс. рублей на квадратный метр площади благоустройства и выше, в классе эконом — в районе 1,5–2 тыс. рублей. И это касается не только конкретных сумм, но и процентного соотношения тоже. При благоустройстве элитных объектов застройщик закладывает 10–15% на оформление территории, в то время как в экономе и комфорте — 4–5%. Люди, которые готовы потратиться на элитное жилье, как правило, готовы заплатить и за обычный комфорт, который в том числе создает и придомовая территория», — говорит госпожа Мансырева.



ФОНТАНЫ ДЕЛАЮТ ДВОР ПОХОЖИМ НА ПЕТЕРГОФ

«В достаточно небольших жилых комплексах расходы на благоустройство могут составлять около 10 млн рублей, — говорит директор по маркетингу компании «ЮИТ Санкт-Петербург» Екатерина Гуртовая. — В данном случае речь идет только о базовом проектном благоустройстве. Помимо этого, еще 3–4 млн рублей могут составлять затраты на улучшения, связанные с высадкой более красивых кустарников, установку малых архитектурных форм, а также установку более безопасного и интересного оборудования».

Как говорят участники рынка, сегодня в новых проектах на окраинах практически везде строятся более или менее облагороженные дворовые территории. Гораздо сложнее с этим обстоит дело в центре Петербурга. Если реализуется новый проект, то из-за дефицита территорий девелопер старается «выжать» из участка максимум квадратных метров — и на дворовую территорию остается минимум места. Хотя даже в центре девелоперы находят возможность для нетипичного благоустройства внутридворовых территорий.

Полина Яковлева, директор департамента новостроек NAI Bescar, в качестве примера оригинального оформления дворовой территории новостроек в центре приводит элитный ЖК «Парадный квартал» («ЛСР-Недвижимость»): «Здесь девелопер спроектировал просторную пешеходную улицу, на которой будут размещены фонтаны, бутики, рестораны, кафе, а также салон красоты и фитнес-центр с бассейном. Затраты инвестора на оформление оригинальной дворовой территории, создающей обстановку клубной приватности, окупаются с лихвой, поскольку покупателей жилья в таких объектах привлекает не цена, а непосредственно сам проект».

Светлана Денисова, маркетолог-аналитик «БФА Девелопмент», говорит, что примеров преобразования дворовых территорий очень мало и на вторичном рынке: «Городская администрация давно озаботилась комплексным решением этой проблемы, но примеры преобразованных территорий остаются немногочисленны-

ми. Удачный пример — дворы на Малой Садовой и Итальянской улицах, дворы Капеллы. Эти проекты широко анонсировались городом, преобразование дворовых пространств проводилось комплексно: реконструкция сетей, очищение дворов, приведение в порядок входов во все подъезды, козырьков, дворовых фасадов, озеленение и благоустройство. Ничего особенно оригинального в решениях не было, но благодаря этим усилиям появились комфортные, спокойные, европейские, благоустроенные дворы, и цена на жилье здесь сильно возросла. Есть оригинальные примеры прекрасных дворов на Литейном проспекте. В частности, большой проходной двор на улице Жуковского, через который можно выйти на Литейный проспект. В этом дворе нет сквозного проезда, и он годится только для пешей прогулки. Там есть большая расписная стена, на которой представлены герои русских сказок, интересное озеленение с элементами ландшафтного дизайна, альпийские горки, малые формы освещения, скамейки и хорошая спортивная площадка».

Роман Мирошников отмечает: «Подобные преобразования возможны только при активности жителей дома, так они меняют среду для себя и собираются в ней жить. Сколько это будет стоить, сказать сложно: может, несколько сотен рублей — собрались, купили цветов, посадили, а может, и сотни тысяч — как в реконструированных элитных домах».

С ним солидарна Светлана Петрова, директор ГК «Балтийский монолит»: «Если говорить о старых дворах, то просто приведение их в порядок будет стоить не очень дорого. Но проблема в том, что в большинстве случаев это никому не нужно. У жителей коммуналок нет ни желания, ни денег что-то менять. Причем проблема даже не в средствах — их как раз найти можно. Нет инициативы: те, кто мог и хотел менять, давно уже все поменяли — они переехали в новые районы. А кто остался, не будет этого делать, так как не уверены, что это преобразование продержится хотя бы полгода». ■

РЫНОК СТАБИЛЕН, ЦЕНА БАЛАНСИРУЕТ

КАК ИЗМЕНИТСЯ СТОИМОСТЬ КВАДРАТНОГО МЕТРА? НАЙДУТСЯ ЛИ ЕЩЕ УЧАСТКИ ПОД ЭЛИТНУЮ ЗАСТРОЙКУ В ЦЕНТРЕ ИЛИ ПРЕМИАЛЬНЫМИ ЛОКАЦИЯМИ ВСКОРЕ БУДУТ СЧИТАТЬСЯ ТЕРРИТОРИИ В РАЙОНЕ ЧЕРНОЙ РЕЧКИ? СУЩЕСТВУЕТ ЛИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ ПОНЯТИЕ «БОЛЕЕ ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА»? ОБ ЭТОМ РАССУЖДАЕТ ДЕНИС БАБАКОВ, КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР БИЗНЕС-ЕДИНИЦЫ «ЛСР. НЕДВИЖИМОСТЬ — СЕВЕРО-ЗАПАД». СВЕТЛАНА ХАМАТОВА

GUIDE: Как можно охарактеризовать сегодняшнюю ситуацию на рынке?

ДЕНИС БАБАКОВ: Сказать, что наблюдается существенный рост продаж, как в первом квартале этого года, или же падение, я не могу. Пик спроса прошел, но базовый уровень достаточно высок, поскольку ипотека все еще доступна, а потребность в улучшении жилищных условий велика. Если говорить об инвестиционных покупках, то интерес инвесторов стабилен и составляет 5–10%, максимум — 15%, в зависимости от класса недвижимости, поскольку все-таки вкладывают больше в коммерческую недвижимость, чем в жилую. Комбинация факторов — немного меньше спрос со стороны населения, немного выше — со стороны инвесторов, наличие большого регионального спроса (около 30% в массовом сегменте) приводит к тому, что ситуация не слишком меняется, хотя осенью рынок и оживляется. Словом, похоже, этот год будет не слишком отличаться от предыдущих.

Г: Традиционно в ноябре-декабре сдаются новостройки, это как-то повлияет на цену квадратного метра?

Д. Б.: Хотя строительные работы действительно принято завершать перед Новым годом, чтобы не приходилось прерываться, пока стоят морозы, в новостройке обычно к моменту ее ввода в эксплуатацию квартиры по большей части уже раскуплены. Радикально предложение не увеличится, и я не вижу причин, по которым мог бы «схлопнуться» спрос. Соотношение их, которое, собственно, и определяет цену, сбалансировано.

Г: Есть два противоречивых мнения: первое — надо строить «просто качественно», а не тратить время на фантазии именитых архитекторов. Вы с этим согласны?

Д. Б.: Нельзя говорить, что какой-то дом менее качественный, чем другой, все дома построены по определенным стандартам. Да, некоторые организации (в том числе мы — группа ЛСР) разработали собственные стандарты в этой области. В некоторых случаях они более жесткие, чем государственные. Речь идет о более строгом подходе к используемым материалам, собственно строительному процессу и приемке работ. Но качество — это стандарт, а не желание застройщика. Например, если говорить о материалах, то все они долговечны, пусть в одном случае это натуральный камень, а в другом — керамогранит. Элитный дом отличается в этом смысле только тем, что используются материалы, подходящие ему по статусу. Что до работы архитектора, то именно она делает дом удобным для его жителей, эргономичным, а устойчивые во всех смыслах конструкции служат дольше.

Г: Второе утверждение: заниматься каким-то одним сегментом жилья, только элитным или только массовым, невыгодно. Это так? Вот ваша компания работает во всех направлениях...

Д. Б.: Так исторически сложилось. С недвижимости массового спроса, которая всегда будет востребована, когда-то, в 2001 году, начинала



АЛЕКСАНДР КОРКОВ

свою деятельность Городская домостроительная компания. Строительство элитного жилья, где мы занимаем лидирующее положение, это прекрасный высокомаржинальный бизнес. Проектов бизнес-класса в нашем портфеле относительно немного, интерес к этому сегменту всколыхнулся в связи с освоением так называемого «серого пояса».

Г: Из-за этого пошли разговоры о том, что элитное строительство «съезжает» чуть ли не к Черной речке, а центр исчерпал себя?

Д. Б.: Мы считали и будем считать, что элитного жилья за пределами исторического центра и островов не существует, потому что оно не предполагает наличия компромиссов, абсолютно никаких. Вы работаете и живете в центре, получаете доступ к инфраструктуре — ресторанам, школам, детским садам, не говоря уже о музеях и театрах, существенно экономите время. Для бизнес-класса — да, действительно, за счет редевелопмента промышленных предприятий, которые по факту уже не занимаются никаким производством, раскрываются новые возможности. Так, вместо старого завода появляется интересный жилой квартал «Европа Сити». Квартал как таковой — это возможность создавать

правильную инфраструктуру, нормальную среду (это существенное условие и для проектов в сфере массового спроса). Добавлю, что процесс освоения «серого пояса» идет медленно в силу того, что он требует больших инвестиций и доступен только крупным и устойчивым девелоперам, которых не так много в городе, к сожалению. Однако ощущение движения создается.

Г: Прошлый 2013 год запомнился выводом на рынок ярких проектов, а что можно сказать о текущем?

Д. Б.: Для нас он ознаменовался работой с очередями таких успешных проектов экономкласса, как «София», «Калина-парк», «Южная акватория». Лучше, чем запланировано, за счет удачной локации в Приморском районе, продаются квартиры в «Шуваловском». В бизнес-классе у нас будет выведен на продажу объект на улице Савушкина, на берегу Финского залива — название еще придумываем. До конца года сдаем небольшой элитный дом на Крестовском острове по адресу Морской проспект, 29. Он интересен локацией — на Крестовском не так много полноценных объектов с интересной архитектурой, а мы продолжаем сотрудничать

с мастерской Евгения Герасимова. Также мы надеемся, что до конца года начнем реализацию элитного проекта на пересечении Баскова переулка и улицы Короленко.

Г: Элитные проекты тяготеют к классике — это ответ на запрос покупателей?

Д. Б.: На самом деле, покупатель диктует одно: чтобы объект имел свое лицо. Работа архитектора — определить, каким лицом будет в этот раз. Указывать, что дом нужно сделать именно в этом стиле, мы никогда бы не стали, поскольку доверяем архитекторам — лучшим в городе, с ними мы работаем уже много лет. Они сами знают, что необходимо в каждом случае — вписаться в окружающую среду или отстроиться от нее.

Г: А что можно сказать насчет требований по планировке, метражу, количеству комнат?

Д. Б.: Клиентам интересно, чтобы квартира площадью 100–120 кв. м была трехкомнатной — это уже стандарт. Метраж — не показатель, важнее разумно организованное пространство, в котором будет удобно жить. Поскольку мы продаем квартиры без отделки, то планировку в некоторых границах можно менять. Нам приятно, что в основном сохраняется то, что мы предложили, так как это оптимальные решения. Из частностей могу отметить, что в элитных квартирах кухню обычно соединяют со столовой, хотя это не догма. В конечном итоге, мы предоставляем клиенту простор для реализации его пожеланий: он получает внешний вид, который отличается от других и отвечает каким-то его настроениям, а внутри создает то, что ему кажется комфортным.

Г: В Москве собираются запретить коммерческие помещения на первых этажах жилых домов. Вы это поддерживаете?

Д. Б.: Насколько я понимаю, запрет коснется только старых панельных зданий, так как при перепланировке их уродовали, внедрялись в конструктив дома, перегружали инженерные сети. Мы предусматриваем коммерческие помещения там, где это обосновано: есть магистраль и обеспечен поток покупателей, в глубине квартала нет смысла выделять коммерческий этаж.

Г: Из нововведений этого года еще обращает на себя внимание лицензирование для управляющих компаний. Актуальный вопрос, ведь новостройки нужно передавать в эксплуатацию, а от этого зависит их долгая и благополучная или не очень жизнь. Что вы думаете по этому поводу?

Д. Б.: Управляющую компанию определяет администрация района. Мы советуем привлекать эксплуатирующие организации, которые мы знаем с хорошей стороны, так как они работали на наших объектах и отлично зарекомендовали себя. Мы считаем, что это обеспечит некий стандарт деятельности. А собственно получение лицензии не должно стать проблемой, если компания занимается своим делом как следует и способна наши дома поддерживать в том состоянии, в котором мы их сдаем и выпускаем в жизнь. ■

ДАЧИ С ВИДОМ НА ЗАЛИВ

ЧАСТНЫЕ ДОМА В ПРИБАЛТИКЕ УЖЕ ДАВНО КОНКУРИРУЮТ С ДАЧАМИ В ОТДАЛЕННЫХ РАЙОНАХ ПОДМОСКОВЬЯ И СОСЕДНИХ ОБЛАСТЯХ: ПО СЛОВАМ ЭКСПЕРТОВ, ДОБРАТЬСЯ ДО ДАЧИ НА МОРЕ ЗАЧАСТУЮ МОЖНО БЫСТРЕЕ, ЧЕМ В СОБСТВЕННЫЙ ДОМ В СОСЕДНЕМ С МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТЬЮ РЕГИОНЕ.

АЛЕКСЕЙ ЛОССАН («Ъ-ДОМ», № 39 ОТ 25.09.2014)

Более того, покупка такого дома дает покупателю еще ряд визовых привилегий, хотя в связи с охлаждением отношений между ЕС и Россией спрос на такие объекты упал. Еще одно преимущество — отсутствие жесткого языкового барьера.

ВОПРОС ПОПУЛЯРНОСТИ Прибалтийская недвижимость традиционно пользуется популярностью у российских клиентов, несмотря на обострение отношений между Россией и Евросоюзом. «В последние три года суммарно во всех трех прибалтийских государствах россияне ежегодно приобретали от 1,5 тыс. до 2 тыс. единиц жилья. Причем лидирует по объему сделок Латвия, на которую приходится до 1 тыс. сделок в год. В целом спрос на прибалтийскую недвижимость почти в два раза больше, чем на жилье в Финляндии», — говорит президент международного агентства недвижимости Gordon Rock Станислав Зингель. По его словам, с начала года спрос сократился примерно на 30%, вследствие чего количество сделок может составить по итогам года от 1–1,5 тыс. единиц. В свою очередь, судя по заявкам на Tranio.Ru за 2010–2014 годы, Латвия и Эстония входят в десятку самых популярных стран для покупки зарубежной недвижимости, занимая четвертое и восьмое места по популярности соответственно, рассказывает менеджер по продажам Tranio.Ru Юлия Кожевникова. «Приобретение недвижимости в странах Прибалтики, а именно в Латвии, очень популярно у россиян — от располагающих весьма скромными возможностями до очень состоятельных, которые приобретают самые роскошные особняки на побережье Юрмалы», — говорит руководитель отдела зарубежной недвижимости Knight Frank Людмила Аксененко.

Впрочем, по ее словам, с начала осени в компании Knight Frank отмечают некоторое снижение входящих заявок на подбор недвижимости в Латвии. С января по август текущего года количество заявок Tranio.Ru на дома в Прибалтике сократилось на 49% по отношению к аналогичному периоду предыдущего года. «Понижение спроса может быть связано с санкциями ЕС и падением курса рубля», — говорит Юлия Кожевникова. Как объясняет эксперт, это, скорее всего, связано со вступлением в силу 1 сентября поправок к закону о получении вида на жительство. Согласно этому документу, власти Латвии увеличили минимальную стоимость приобретаемой недвижимости со €140 тыс. до

€250 тыс. То есть те, кто собирался приобрести недвижимость в Латвии по минимальной цене, постарались сделать это до 1 сентября. «Покупатели с большими бюджетами продолжают подбор объектов в более спокойном режиме, параллельно наблюдая за ситуацией в стране и в мире в целом», — говорит эксперт.

Одно из преимуществ прибалтийских дач — климат страны, непосредственная близость к морскому берегу. «В этом российские аналоги таким объектам точно уступают», — говорит Игорь Индриксонс, управляющий инвестициями в недвижимость и основатель компании Indriksons.ru. Кроме того, по его словам, часть россиян предпочитает «близкую», но все-таки Европу. «Еще одним преимуществом для кого-то может стать воздушное сообщение: перелет от Москвы до Риги займет максимум полтора часа. Чтобы добраться на автомобиле из российской столицы, к примеру, до Калужской или Тверской области, потребуется не меньше времени», — объясняет господин Индриксонс. Более того, по его словам, дача в Прибалтике интересна тем, что в этих странах отсутствует жесткий языковой барьер, в отличие, скажем, от Франции.

НЕ ТОЛЬКО ЛАТВИЯ Рынок элитной недвижимости Риги и Юрмалы главенствует в прибалтийском регионе по уровню цен и интересу со стороны иностранцев и традиционно делится на два сектора: первый ориентирован на внутренних покупателей, второй — на внешних. По словам Людмилы Аксененко, «внешний» рынок сформирован объектами элитной недвижимости, представленной в основном в центре Риги и на побережье Юрмалы, где среди иностранных покупателей безоговорочно лидируют россияне (72%), значительно опережая граждан Казахстана и Украины, доля которых значительно возросла в последнее время. «В Латвии основной акцент делается на Ригу и Юрмалу. Помимо этого сделки заключаются в Сигулде и Рундале», — говорит Станислав Зингель. По его словам, в Литве большая часть сделок заключается в Паланге, Клайпед, Юодкранте, Первалке, Прейле, Ниде и Швянтойи. А в Эстонии основной объем транзакций проводится в Тарту и Таллине, но единичные сделки совершаются также в Хаапсалу, Пярну, Курессааре, Пюхьярве, Усть-Нарве, Вимси, Тойле, Вярске, Куйбье.

«Примерно две трети всех сделок приходится на квартиры, а на дома — не

более трети», — добавляет он. Как отмечает Людмила Аксененко, в настоящее время наблюдается увеличение интереса россиян к комплексам, находящимся в 10–15 минутах езды на автомобиле от Юрмалы, где стоимость апартаментов и вилл в полтора-два раза ниже, чем на подобную недвижимость в самой Юрмале. Цены на апартаменты в таких комплексах начинаются в среднем от €60 тыс., на домовладения — от €250 тыс. «Недвижимость в таких комплексах также отлично сдается в аренду, что гарантирует покупателям сохранность вложений. Причем управляющая компания готова взять все заботы на себя и обеспечить доходность на уровне пяти процентов годовых, без учета роста цен на саму недвижимость», — говорит Людмила Аксененко.

По словам Юлии Кожевниковой, в Эстонии российские покупатели обращают внимание на уезды Ида-Вирумаа, особенно на русскоязычный город-курорт недалеко от границы Нарва-Йыэсуу, на окрестности Таллина — район Харьюмаа, а также на дома в Южной Эстонии. «В Эстонии довольно много мест, где можно купить дом недалеко от водоема, например на берегу озера Виртсъярв в южной части страны или Чудского озера — на западе. В первую очередь на берегу Чудского озера россиян интересуют прибрежные дома в окрестностях Мустве и Калласте», — говорит управляющий директор ZIP Realty Евгений Скоморовский. По словам Людмилы Аксененко, в Эстонии и Литве интерес россиян гораздо ниже, однако и здесь приобретают недвижимость на побережье и вблизи озер и заповедных мест. «Чаще всего пользуются спросом апартаменты в гостиничных комплексах, особенно если имеется гольф-поле или другая рекреационная база», — говорит Людмила Аксененко.

По словам Станислава Зингеля, типичный размер сделки с участием россиян в Прибалтике — €100–250 тыс. «Россияне стремятся покупать недвижимость в хорошей транспортной доступности и, как правило, не требующую реновации. Помимо этого, важно наличие вблизи жилья моря, объектов туристической и социальной инфраструктуры. Минимальная стоимость сделок начинается от €5 тыс.», — говорит эксперт. По его словам, именно за такие деньги можно приобрести крайне изношенные квартиры в приграничных с Россией районах Эстонии. Однако есть предложения и совсем другой ценовой категории. «Например, в Латвии стоимость

небольшого дома в Юрмале может варьироваться в среднем от €230 до €700 тыс. Цена шикарного особняка может достигать €1,5 млн и выше», — говорит Игорь Индриксонс.

НОВЫЕ ДАЧИ Прибалтийские виллы уже давно конкурируют с дачами в отдаленных районах Подмоскovie и соседних областях, отмечают эксперты. «Например, по чистоте воздуха: почти 45 процентов территории Латвии покрыто лесами», — говорит Людмила Аксененко. По ее словам, еще одним немаловажным аргументом в пользу приобретения недвижимости в Прибалтике, а не в других странах является практически полное отсутствие языкового барьера. «Многие россияне в качестве летней дачи по-прежнему приобретают дома в Латвии, а именно в Юрмале. Правда, сейчас эта тенденция постепенно сходит на нет, спрос ощутимо снижается», — говорит Игорь Индриксонс. Впрочем, по его словам, интерес к покупке загородной недвижимости на Рижском взморье проявляют исключительно представители старшего поколения, в то время как молодые люди, посетившие огромное количество стран, совсем не интересуются прибалтийскими домами. «Скорее из-за географических особенностей: они конкурируют с дачами в Ленинградской и Псковской областях, а также в Финляндии. Покупателей в Прибалтике привлекают безопасность и уровень жизни. Кроме того, в Латвии при покупке недвижимости стоимостью от €250 тыс. можно получить вид на жительство. Это может быть выгодно тем, кто ведет бизнес в стране», — говорит Юлия Кожевникова.

По словам Людмилы Аксененко, очень часто россияне называют недвижимость в Юрмале «дальними дачами», при этом до Прибалтики можно добраться не только на самолете, но и на поезде, и на машине. Впрочем, как отмечает Станислав Зингель, эксплуатация домов в Прибалтике обходится в среднем дороже из-за высоких коммунальных тарифов в странах Балтии. По словам Евгения Скоморовского, более высокие расходы на содержание домов компенсируются льготным получением виз. «В Эстонии покупатели жилья не имеют никаких привилегий для получения вида на жительство, однако покупка недвижимости дает им преимущество при ходатайстве на получение многократной визы. В идеале владельцы такой недвижимости могут получить шенгенскую визу на пять лет», — говорит эксперт. ■



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА
ИНФРАСТРУКТУРА
БИЗНЕС И ВЛАСТЬ
ТЕХНОЛОГИИ
ИНВЕСТОРЫ
КОНКУРЕНТЫ
ТРЕНДЫ
КАДРЫ
АНАЛИЗ
МНЕНИЯ



ОКТЯБРЬ

- 28 КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ
- 29 НОРВЕГИЯ

НОЯБРЬ

- 5 ДОМ. Распространяется на Ярмарке недвижимости
- 7 СТИЛЬ/ЗИМА. Распространяется на выставке «Лучшие украшения России»
- 12 ЭКОНОМИКА РЕГИОНА. Распространяется на выставке «Малый и средний бизнес»
- 13 ЛИЗИНГ
- 20 КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ
- 25 ТЕРРИТОРИЯ КОМФОРТА

ДЕКАБРЬ

- 2 ДОМ
- 3 ЮРИДИЧЕСКИЙ ФОРУМ
- 4 БАНК
- 11 ЭЛИТНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ. Распространяется на Рождественском саммите ГУД
- 12 СТИЛЬ/РОЖДЕСТВО. Распространяется на выставке «Новогодний подарок»
- 16 КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ
- 17 ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ ГОДА
- 19 ТЕРРИТОРИЯ КОМФОРТА
- 22 ЭНЕРГЕТИКА

БАЛКОНУ НУЖНА ГЛУБИНА

ОТНОШЕНИЕ К БАЛКОНУ И ЛОДЖИИ КАК К МЕСТУ ХРАНЕНИЯ ВСЯКОГО БАРАХЛА ПОСТЕПЕННО УХОДИТ ИЗ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О КАЧЕСТВЕННОМ ЖИЛЬЕ.

ПАВЕЛ НИКИФОРОВ



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ЕСЛИ БАЛКОНЫ ДЕЛАЛ ГАУДИ, ТО НИКАКИХ ЦВЕТЧОКОВ НЕ НАДО

По мнению экспертов, за последние годы покупатели жилья на первичном рынке, безусловно, поменяли свое отношение к балконам. «Мы наблюдаем тенденцию, когда важно не просто наличие балкона, а его площадь и функциональность. В России исторически балконы были кладовкой, где хранились вещи, которые выкинуть жалко, а применить не знаешь куда. Было даже такое выражение „выкинуть на балкон“. Сейчас все чаще в новостройках лоджии проектируются как место для отдыха», — говорит Роман Мирошников, исполнительный директор ЗАО «Ойкумена». «Многое также зависит и от застройщиков. Предлагая клиентам балконы глубиной от полутора метров, где легко можно поставить журнальный столик с креслом или домашний тренажер для занятий спортом, наша компания показывает клиентам, как полезно и интересно можно использовать пространство балкона, меняя их представления об этом помещении», — объясняет Виктор Лебедев, директор «IQ Гатчина». «Надо понимать, что захламление балкона напрямую связано с отсутствием достаточного пространства

зон хранения как в самой квартире, так и в кладовых в доме. В случае если этот вопрос не проработан на этапе проектирования и соответствующие зоны и помещения не выделены, то клиент вынужден использовать для хранения вещей балкон», — полагает директор департамента маркетинга ГК «Эталон» Мария Цветкова.

Впрочем, по мнению Алексея Гусева, коммерческого директора ООО «Главстрой-СПб», на функциональное назначение балкона влияют личные предпочтения людей: «Кто-то хранит на нем велосипеды, лыжи и старые книги, другие пытаются за счет балкона увеличить размеры жилой комнаты, третьи считают его в принципе ненужной площадью. Часть покупателей рассматривает балкон или лоджию как место для отдыха, где можно подышать воздухом, насладиться видом, выпить чашечку кофе, или делают из него кабинет. Стоит отметить, что выбор в пользу скандинавского стиля балкона покупатели делают реже всего».

ПРАВИЛЬНОЕ МЕСТО По нормам пожарной безопасности балконы или лоджии

должны быть в любом доме. Исключением могут быть только квартиры на нижних этажах. Другой вопрос, как они будут выглядеть: здесь многое зависит от точки зрения и целей девелопера — застройщика и архитектора. У тех застройщиков, для которых балкон или лоджия — всего лишь нормативное требование или деталь архитектуры, могут появляться неудобные узкие вытянутые балконы, которые в лучшем случае можно использовать для хранения всякого хлама. По словам экспертов, ключевое отличие хорошего балкона — это его глубина: в этом случае пространство балкона можно очень эффективно использовать.

В проектах, рассчитанных на массовый спрос, как правило, в каждой квартире есть балкон или лоджия — стандартный размер 1,2–1,5 и 2–3 кв. м соответственно. Еще проекты домов 137-й серии предусматривали наличие балконов в квартирах, начиная с третьего этажа здания. «Покупатели отдавали предпочтение в первую очередь квартирам с балконами. Квартиры без балконов покупали те, кто был серьезно ограничен в финансах. В проектах

бизнес-класса, как правило, балконы имеют больший размер, и увеличивается количество балконов и лоджий в квартире. Сейчас многие застройщики применяют в своих проектах скандинавский тип балконов — широкие и просторные. Они очень нравятся покупателям, несмотря на то, что увеличивают стоимость квартиры», — полагает Екатерина Немченко, директор департамента жилой недвижимости компании Knight Frank St. Petersburg.

Другая тенденция — это разнообразие ограждающих конструкций, которые создают неповторимый облик всего дома. В новых проектах уже стало традицией создавать единое фасадное остекление. Пока не существует на уровне законодательства ограничений в использовании балконами и лоджиями, такая мера «облагораживает» фасад, не позволяет сделать дом похожим на трущобы из-за балконов, напоминающих свалку.

«Правильный балкон — тот, который отвечает потребностям наших покупателей. Стандартного двухметрового балкона, который чаще всего встречается в типовых застройках 1960–1980-х годов,

сейчас недостаточно. Поэтому мы предусматриваем в квартирах лоджии или балконы, отличающиеся большей глубиной и просторностью. Так, например, в нашем новом проекте „Граффити“, реализуемом в Приморском районе, площадь балконов варьируется от трех до восьми с половиной квадратных метров», — рассказывает Роман Мирошников.

«В части квартир мы делаем большие „финские“ балконы. Они отличаются просторностью и глубиной (от 1,5–1,8 м и больше) — это позволяет установить здесь столик и кресла и с комфортом проводить время, например, пить чай, любуясь видами набережных, парков или исторических достопримечательностей. Именно так свои балконы используют финны. Когда мы только приступали к проектированию „финских“ балконов, переживали, что в условиях нашей погоды они могут оказаться невостребованными, хотя финский климат мало чем отличается от питерского. В итоге же оказалось, что просторные остекленные балконы пришлись по вкусу нашим клиентам. Сейчас мы их создаем во всех наших объектах» — говорит директор по маркетингу компании «ЮИТ Санкт-Петербург» Екатерина Гуртова.

«Балконы в Гатчине имеют полтора метра — это большой вынос; профиль алюминиевый, выкрашен по RAL, выглядит гораздо более достойно, чем профиль ПВХ; также уникальной чертой балконов в Гатчине является перфорация — декоративный элемент стекла — создается методом запекания: прозрачное стекло остается в круге, остальная плоскость непрозрачная. Также дополнительной положительной чертой является конфигурация профиля и способ крепления: балконное ограждение будет навешиваться снаружи, это означает, что торцы перекрытия будут закрыты, а изнутри балкон будет удобно эксплуатировать за счет того, что все выступающие элементы расположены со стороны улицы», — рассказывает Виктор Лебедев.

В элитных проектах, где много значат видовые характеристики, архитекторы, кроме балконов, создают в проекте на верхних этажах просторные террасы. «В квартирах элитного сегмента и бизнес-класса может быть предусмотрено два балкона и более. В таком случае целесообразно оставить один незастекленным, чтобы в летний период была возможность посидеть в кресле на свежем воздухе. Для покупателей квартир класса комфорт и выше размер лоджии имеет значение. Что касается вторичного рынка, то здесь балконы и лоджии формально не требуют дополнительных переделок, поскольку не включены в общую площадь квартиры (в объявлениях о продаже указывают площадь жилья и наличие или отсутствие балкона). Однако квартиру с балконом можно продать дороже. Например, в элитных проектах наличие лоджии может повысить стоимость квартиры на двадцать процентов», — уверен Леонид Сандалов, заместитель директора АН «Бекар».

«Конечно, сейчас культура проживания действительно выходит на другой уровень. И в первую очередь это касается жилых домов высокого класса. Для хранения вещей в комнатах выделяются отдельные помещения — гардеробные, кладовки, прачечные. При этом балконы становятся неким дополнительным помещением,

где можно проводить время. И сейчас все чаще девелоперы начинают реализовывать не просто балконы, а более широкие террасы, для того чтобы жильцы могли их полноценно использовать для своего отдыха», — рассказывает Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости компании Colliers International в Санкт-Петербурге.

ЦЕНА ВОПРОСА «За просторную лоджию или балкон покупатель готовы доплатить, особенно, если оттуда открывается красивый вид. Стоимость квартиры с балконом зависит от величины балкона, от вида с него, от остекления. Отдельно стоимость балкона вычлениить нельзя — это часть квартиры», — уверен господин Мирошников.

«Квартиры с большими „финскими“ балконами пользуются хорошим спросом. И как показывает статистика, для покупателей даже узкие балконы лучше, чем ничего. Да, квартира с большим балконом будет стоить дороже, но конкретные цифры будут зависеть от метража самой квартиры, размера балкона, класса дома и других факторов», — уверена Екатерина Гуртова.

«Некоторые покупатели утепляют балконы, и у них появляется еще одна дополнительная небольшая комната. Для реализации таких идей покупатели выбирают более широкие балконы. Но это очень индивидуально. Кто-то в этом необходимости не видит и платит за большие балконы не хочет. Некоторые клиенты выбирают вообще квартиры без балконов, поскольку они им не нужны. В нашей компании балконы продаются с коэффициентом 0,3 от стоимости „квадрата“ квартиры, а лоджии — с коэффициентом 0,5», — говорит Мария Цветкова.

«У покупателей жилья бизнес-класса востребованы балконы большой площади. В данном случае речь идет об остекленных балконах, которые могут быть использованы как зона отдыха, так и присоединены к квартире в результате последующих перепланировок за счет проведения дорогостоящего остекления и дополнительного утепления. Стоимость неостекленных балконов в домах бизнес-класса высчитывается таким же способом, как и в домах массового сегмента. Стоимость балкона с остеклением рассчитывается без понижающего коэффициента 0,3», — говорит Надежда Калашникова, директор по развитию компании Л1.

Впрочем, за чрезмерные площади покупатели готовы платить не всегда. «Конечно же, для человека, покупающего жилье в классе эконо или комфорт, балкон площадью более пяти-десяти квадратных метров будет, пожалуй, дорогим удовольствием. Поэтому в данной категории жилищного строительства балкон должен быть не более пяти квадратных метров. Если же мы говорим о сегментах бизнес- и элит-класса, то тут клиенты интересуются наличием балконов, и в некоторых случаях именно этот фактор является решающим при покупке. Однако, как я уже говорила, балконы должны обладать необходимой функциональностью, особенно, если сторона, где расположена квартира, является видовой. Площадь балкона должна быть больше пяти квадратных метров. Еще лучше, чтобы в многокомнатных квартирах было два балкона», — уверена Людмила Тэор, начальник отдела продаж и маркетинга группы Solo. ■

С ФРАНЦУЗСКИМ ШИКОМ О СТЕНАХ ПАРИЖСКИХ КАФЕ И СОВРЕМЕННЫХ КВАРТИР

АЛЕКСАНДР ЩУРЕНКОВ («Ъ-СТИЛЬ ИНТЕРЬЕРЫ»), № 43 ОТ 06.10.2014)

Темные стены были чрезвычайно популярны в начале 2000-х. Тогда иссиня-черные, графитовые, мрачно-бордовые вертикальные поверхности являлись неперенным атрибутом любого статусного интерьера. Бонусом к ним шли серебряные и золотые предметы, по-настоящему богатый декор — лампы, зеркала в окладистых рамах, мохнатые, чуть ли не с люрексом ковры на полу.

На смену чрезмерной роскоши темных поверхностей вскоре пришли белые, светло-серые и бежевые стены, символизовавшие тогда для всех, кажется, счастливое избавление от гнета роскоши, а также присутствие у владельцев недвижимости исключительного, тонкого вкуса. Вроде бы и жить в темном оказалось неудобно, а в светлом, хоть и марком, по всеобщему признанию (подкрашивать стену придется до следующего капитального ремонта регулярно, даже если в доме нет детей и домашних животных), чувствовалась свобода, воздух и прочие атрибуты либерального, демократического общества. Мода на светлый цвет не прошла — она укоренилась и стала синонимом новой роскоши вроде интерьеров отелей Bvlgari или домов, обставленных мебелью Armani Casa, когда светлые стены идут парой с деревянными минималистичными поверхностями мебели и оттеняются тусклым блеском декоративных элементов

из состаренной бронзы и стекла с пескоструйной обработкой.

Сейчас темный снова вышел на арену, реанимировав типичный цвет стен парижских брассери: он снова считается одним из самых модных, но применительно к квартирам, а не к общественным пространствам. Важно заметить, что предпочтение теперь отдается матовым, а не глянцевым поверхностям, со своеобразным пыльным эффектом. К счастью, дизайнеры крупных производителей «одежды» для этих самых стен вроде британской компании Manders, которая специализируется и на краске, и на обоях, или домашнего подразделения французской марки Hermes позаботились о том, чтобы никакая навязчивая роскошь прошлых времен не просочилась в интерьер. Они советуют закрашивать в темный цвет не полностью: где-то пускать яркий бордюр, цвет которого может быть поддержан в мебели, где-то дополнять графитовый, шоколадный, цвет хаки и прочий остро модный цвет стен обоями с мелким орнаментом. При этом не стоит отказываться от внешне простой мебели: она зрительно не будет утяжелять интерьер. Зато имеет смысл правильно подобрать ее цвет — сделать главным элементом интерьера или же, наоборот, спрятать среди стен похожего оттенка. ■



ВСЕ ОТТЕНКИ СЕРОГО НА СТЕНАХ ЭФФЕКТНО ВЫДЕЛЯЮТ ЛЮБЫЕ ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА

ИСПАНСКИЕ ИЗЫСКИ В «ЕВРОПЕ»

С 7 ПО 9 НОЯБРЯ В ГРАНД-ОТЕЛЕ «ЕВРОПА» ПРОЙДЕТ СЕРИЯ «ИСПАНСКИХ» ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ.

Шеф-повар знаменитого отеля Ritz by Belmond в Мадриде Хорхе Гонсалес три дня будет готовить признанные блюда современной Испании.

7 ноября в ресторане «Европа» запланирован ужин в сопровождении испанских вин категории DO. Меню состоит из пяти курсов, отражающих особенности кухни Страны басков и Франции: подадут тунца и гребешки, картофельную тортлью, морского окуня с лапшой из кальмара, оленину в соусе из вина «Риоха» с гратеном с овечьим сыром «Идиасабаль». Встречать гостей будут кавой и винами из региона Ribera del Duero. По традиции в ресторане «Европа» ужин проходит в музыкально-артистическом сопровождении — прозвучат композиции Хоакина Родриго, мотивы фламенко, будет исполнено адажио из балета «Дон Кихот».

8 ноября в ресторане «Икорный бар» за ужином будет представлено особое закуское меню из восьми видов тапасов: крокеты с иберийской ветчиной, сырники пончики, осьминог по-галисийски, маринованный лосось, иберийская ветчина с дыней, кальмары. Вечер пройдет под звуки испанской гитары.

9 ноября в ресторане «Европа» состоится испанский воскресный бранч. В каче-



ШЕФ-ПОВАР ОТЕЛЯ RITZ BY BELMOND В МАДРИДЕ ХОРХЕ ГОНСАЛЕС

стве национального колорита — пазлья по фирменному рецепту отеля Ritz, осьминог с паприкой, морской окунь с горошком, разнообразие закусок: иберийская ветчина с дыней, креветки, салат с тунцом и жа-

ренным красным перцем, испанские сыры, вяленое мясо, гаспачо по-андалузски и кава без ограничения.

В лобби-баре 7 и 8 ноября — вечера живой испанской музыки с петербургски-



ОЛЕНИНА В СОУСЕ ИЗ РИОХИ

ми бэндами La Via и Tierra Gitana. Среди коктейлей по рецептам отеля Ritz — «Далитини», созданный в честь Сальвадора Дали, бывшего завсегдатаем ресторана в отеле Ritz в Мадриде. ■

КОЛЛЕКЦИЯ ILLY В РЕСТОРАНЕ PERCORSO

В ОТЕЛЕ FOUR SEASONS HOTEL LION PALACE ОТКРЫЛАСЬ ВЫСТАВКА ILLY ART COLLECTION.

Это постеры, фотографии и кофейные чашки, созданные известными художниками, дизайнерами, архитекторами и селебрити. Среди них — Микеланджело Пистолетто, Луиза Буржуа, Роберт Раушенберг, Марина Абрамович. Вот уже больше двадцати лет ILLY поддерживает современное искусство — за это время для коллекции бренда свои объекты создали более 70 известных персон. А фирменная белая чашка ILLY icon coffee-cup — создание знаменитого архитектора и дизайнера Маттео Туна.

В честь открытия выставки отель посетила правнучка основателя итальянского кофейного бренда ILLY Дарья Илли. Она диетолог-нутриционист — специалист, занимающийся исследованиями в области здорового образа жизни и рационального лечебного питания. Госпожа Илли создала авторские концепции здорового питания и даже программу кофейной антивозрастной терапии coffee health. «Качественный кофе содержит не только кофеин, но и полезные антиоксиданты и витамины, это эффективное противозрастное сред-



ПРАВНУЧКА ОСНОВАТЕЛЯ ИТАЛЬЯНСКОГО КОФЕЙНОГО БРЕНДА ILLY ДАРЬЯ ИЛЛИ

ство», — уверена преемница традиций бренда.

Основателем компании ILLY в 1933 году был прадед Дарьи — Франческо Илли. Ему принадлежит немало изобретений, изменивших культуру потребления кофе в Европе. В 1935 году он избрал первую в мире автоматическую кофемашину для варки эспрессо, а потом — специальную вакуумную систему упаковки кофейных зерен, которую повсеместно применяют в наши дни. Компания ILLY является партнером отелей сети Four Seasons, расположенных в разных странах мира.

В честь визита госпожи Илли в ресторане Percorso отеля Four Seasons Hotel Lion Palace был дан гала-ужин в исполнении шеф-повара отеля Андреа Аккорди. Ему как итальянцу вкус кофе ILLY знаком с детства, а в честь открытия выставки он придумал специальный «кофейный» сет: в рецептуре каждого блюда весьма тонко и ненавязчиво был использован кофе в виде зерен, кофейной пены и даже кофейного сабайона. Например, лангустин подавали с холодной кофейной меренгой, ветчину неброди — с медово-кофейным хлебом и нежным кремом с хурмой и фуа-гра, ravioli с гусятиной и сахалинские маринованные гребешки — с пенной со вкусом капучино. Вырезка телятины готовилась с зернами кофе и листьями черной смородины и подавалась с гранолой из зимних корнеплодов и корнем сельдерея. ■



КОЛЛЕКЦИЯ КОФЕЙНЫХ ЧАШЕК СОЗДАЕТСЯ ИЗВЕСТНЫМИ ЛЮДЬМИ ДЛЯ БРЕНДА ILLY В ТЕЧЕНИЕ 20 ЛЕТ

КОРОЛЕВСКАЯ ТАЙСКАЯ КУХНЯ В LE BOAT

В РАМКАХ ПРОЕКТА ACQUA PANNA CHEF’S DISCOVERY В РЕСТОРАНЕ LE BOAT ПРОШЛИ ГАСТРОЛИ МОРТЕНА НИЛЬСЕНА (MORTEN VOJSTRUP NIELSEN) — НОВОГО ШЕФ-ПОВАРА ГРУППЫ РЕСТОРАНОВ КОРОЛЕВСКОЙ ТАЙСКОЙ КУХНИ BENJARONG В СЕТИ ОТЕЛЕЙ DUSIT INTERNATIONAL. АЛБИНА САМОЙЛОВА

Таиландская группа Dusit International владеет 23 отелями, расположенными в Таиланде, Индии, Китае, Филиппинах, ОАЭ, Египте и на Мальдивах. В обновленной концепции ресторанов осталась аутентичная классика, но авторский подход к ней стал более современным и креативным благодаря новому шеф-повару — датчанину Мортену Нильсену. Он — личность в среде профессионалов довольно заметная: лауреат многочисленных наград, постоянный участник рейтинга The World’s 50 Best Restaurants Sponsored by S.Pellegrino & Acqua Panna. Раньше он работал в Nahm Restaurant в Лондоне (Nahm в Бангкоке считается № 1 в Азии и № 13 в мире) и Sra Bua by Kiin Kiin в Бангкоке (№ 29 в Азии). Новаторство Нильсена заключается в соединении новейших технологий с традиционными — в результате он создает современную тайскую кухню, в то же время опираясь на ее традиции и не изменяя принципам.

В петербургском ресторане Le Boat Нильсен представил свой авторский сет «Путешествие начинается» из шести блюд. В качестве стартового блюда подали три вида легких закусок на одной тарелке: гребешок и копченый чили-джем с соленым кокосовым молоком; хрустящий лотос с пылью из кафирского лайма и в отдельной маленькой салатнице — острый тунец и лемонграсс. Необычна была подача классического тайского супа Том Ям — остро-кислый суп (он никогда не может быть сладким, подчеркнул Нильсен) с креветками, грибами и кориандром подавался с другой классической тайской закуской Ям Пла Дак Фу. Она представляла собой кастард (кремообразный соус) с крабовым мясом и хрустящими кусочками сома. Затем следовал салат с говядиной вагью на гриле с огурцом, сладкой дыней, вялеными томатами и ям-пудингом. Необычное сочетание заключалось и в блюде под названием сатай из креветок:



ШЕФ-ПОВАР РЕСТОРАНОВ BENJARONG СЕТИ ОТЕЛЕЙ DUSIT INTERNATIONAL МОРТЕН НИЛЬСЕН

крупные речные креветки гарнировались кусочками цветной капусты и пюре из нее с пряным арахисовым соусом. На десерт подали базиликовое мороженое со свежим ананасом и соленой меренгой.

Мортен Нильсен начал внедрять свой авторский подход к традиционной кухне с ресторанов Benjarong в ОАЭ, в отелях Dusit Thani Dubai и Dusit Thani Abu Dhabi. К слову, в отеле Dusit Thani Bangkok — одиннадцать ресторанов и баров, где подаются блюда западной, азиатской и интернациональной кухни. ■



САТАЙ ИЗ КРЕВЕТОК ИЗ АВТОРСКОГО СЕТА «ПУТЕШЕСТВИЕ НАЧИНАЕТСЯ» МОРТЕНА НИЛЬСЕНА

ОСЕНЬ В MASSIMO SICILIA

КВИНТЭССЕНЦИЕЙ ОСЕННЕГО МЕНЮ РЕСТОРАНА MASSIMO SICILIA СТАЛО ФИЛЕ УТИНОЙ ГРУДКИ С СОУСОМ ИЗ СИЦИЛИЙСКОЙ МАРСАЛЫ.



ФИЛЕ УТИНОЙ ГРУДКИ С СОУСОМ ИЗ МАРСАЛЫ С МИКСОМ ИЗ РУККОЛЫ И ПОМИДОРАМИ ЧЕРРИ ИЗ ОСЕННЕГО МЕНЮ

Шеф-повар ресторана Александр Леншин сам выбирает мясо птицы на фермерских рынках. Филе утки, обжаренное в собственном соку, получается сочным, а гарнируется оно миксом из рукколы и помидорами черри. Несколько ягод голубики служат не только для украшения, они придают легкий вкусовой оттенок. Основу соуса для этого блюда составляет крепкое десертное вино марсала, традиционно производимое в провинции

Трапани на Сицилии. Его сладкий вкус дополняет и уравнивает жирное мясо утки.

В качестве сопровождения к этому блюду в ресторане предлагают глинтвейн из красного или белого вина. Первый вариант более традиционный, с добавлением коньяка, свежих фруктов, гвоздики и корицы. Второй, белый глинтвейн, авторский — с ромом, медом, тимьяном и апельсином. В качестве альтернативы в

карте ресторана представлены грог, пунш и фирменный горячий коктейль «Массимо» с травами и специями.

Финальной точкой ужина может стать домашний миндальный торт или мороженое с неожиданным сочетанием томата, базилика и перца.

К новогодним праздникам шеф-повар уже подготовил банкетное меню, в котором есть не только итальянские, но и русские блюда в авторской интерпретации. ■

ИЗ ЖИЗНИ ОТДОХНУВШИХ

ТОРЖЕСТВЕННЫЙ ПРИЕМ,
ПОСВЯЩЕННЫЙ ВЫХОДУ ЕЖЕГОДНОГО ВЫПУСКА
BUSINESS GUIDE «КОМПАНИИ» —
РЕЙТИНГА КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ
СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА,
В РЕСТОРАНЕ LE BOAT





- 1_Заместитель руководителя СЗРЦ — вице-президент ОАО Банк ВТБ Руслан Еременко
- 2_Модели в нарядах от Татьяны Парфеновой во время дефиле «Бизнесмены предпочитают блондинок»
- 3_Вице-президент ресторанной компании Stroganoff Group Леонид Гарбар, председатель совета директоров ООО «Здоровые люди» Виктор Машенджин
- 4_Директор Института проблем предпринимательства Владимир Романовский, старший партнер ООО «Дювернуа Лигал» Игорь Гуцев
- 5_Директор по корпоративным финансам PWC Михаил Баженов, управляющий партнер Санкт-Петербургского офиса PWC Анатолий Карловский
- 6_Директор по рекламе дворца красоты «Мадам Гранд» Елена Захарова, генеральный директор дворца красоты «Мадам Гранд» Оксана Краснова, директор компании «Равновесие» Светлана Барыбина
- 7_Директор по связям с общественностью группы «Ладога» Филипп Сотничук, директор по развитию группы «Ладога» Руслан Григорьев
- 8_Шеф-повар ресторана Le Boat Константин Клименков, управляющий директор ресторана Le Boat Елена Львовская
- 9_Директор Северо-Западного филиала ОАО «Мегафон» Алексей Семенов, вице-президент — директор макрорегионального филиала «Северо-Запад» ОАО «Ростелеком» (лидера рейтинга «Компании») Андрей Балаценко

ФОТО: АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ, ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО





Уважаемые господа!

Продолжается подписная кампания на 2015 год

Оформить подписку на газету «Коммерсантъ»
вы можете в альтернативных агентствах:
ООО «СЗА „Прессинформ“» (тел. 337-16-26),
ООО «Урал-Пресс СПб» (тел.: 378-66-44, 677-32-07),
а также во всех почтовых отделениях связи.

качественная информация с доставкой в офис



**Подписываемся
под каждым словом.
Подпишитесь
и вы.**

Ежедневная общенациональная деловая газета «Коммерсантъ» в Санкт-Петербурге — главные новости о событиях в бизнесе, политике и обществе. В составе газеты публикуются тематические глянцевые приложения формата D2: «Дом», «Банк», «Медицина», «Лизинг», «Коммерческая недвижимость», «Энергетика. Нефть. Газ»; деловые специализированные приложения формата A3 Business Guide «Элитная недвижимость», «Индустрия отдыха», «Лица города», «Рейтинг топ-менеджеров», «Экономический форум», «Банк. Финансовые инструменты», «Экономика региона», «Стиль».