



# Территория комфорта

# Guide

Пятница 30 августа 2013 №156  
(№5187 с момента возобновления издания)  
Цветные тематические страницы №13–28  
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»  
Рег. №01243 22 декабря 1997 года  
**Коммерсантъ**  
в Санкт-Петербурге



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА,  
РЕДАКТОР GUIDE «ТЕРРИТОРИЯ КОМФОРТА»

## ЛИЧНОЕ ДОСТОЯНИЕ

Одна моя знакомая финка, которая не так часто приезжает в Петербург, говорит, что когда она едет по центру в плотном потоке, ей всегда кажется, будто что-то случилось. Конечно, наш трафик с финским не сравнить, но все-таки с историческим центром Петербурга надо что-то делать. В Смольном тоже так думают, поэтому поддерживают московский опыт организации платных парковок в центре. Это мы уже, правда, проходили, но есть нечто новенькое. По столичному примеру для удобства петербургских автомобилистов, работающих в центре, могут появиться годовые абонементы на пользование платной парковкой. Те, кому каждый день платить лень, могут сразу отдать за абонемент 100 тыс. рублей. А там — его дело, как часто пользоваться этой услугой. Месячный абонемент будет стоить 10 тыс. рублей (час парковки — 50 рублей). Говорят, в Москве это придумали по просьбе машиновладельцев. Ну что ж, этим гражданам можно только поаплодировать.

Что касается городского комфорта в принципе, то в родных пенатах летом ничего особенного не произошло. Так, по мелочи — аквабусы ходили с перебоями, парк на Елагином острове оккупировали различные шумные мероприятия, а на Каменном острове к уникальным старинным особнякам в стиле модерн по-прежнему не подойти. Эти объекты культурного наследия находятся в частных руках, обнесены высокими заборами, а каждого, кто приближается к особняку, бдительные охранники чуть ли не берут на мушку. Дачу графини Клейнмихель, с ее уникальным архитектурным стилем, хотя бы можно рассмотреть через ажурную решетку. В отличие от других особняков, надежно спрятанных от посторонних глаз и по которым можно было бы изучать историю города. Вот почему владелец исторического замка в Италии, например, обязан относиться к нему как к национальному культурному достоянию, а наш собственник нет? Нельзя в Италии изолировать историю от общества, и обладатель исторического палатца не имеет права закрывать его от посещения всеми желающими, за исключением, конечно, частных апартаментов. Но куда лучше сделать историю личным достоянием — и никаких забот.

# ДОМ С УЧАСТКОМ — НОВЫЕ СТАНДАРТЫ

## ИНТЕРЕС ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К МАЛОЭТАЖНОМУ ЖИЛЬЮ КАК ОБЪЕКТУ ПОСТОЯННОГО ПРОЖИВАНИЯ ДИКТУЕТ И НОВЫЕ СТАНДАРТЫ НА ЗАГОРОДНОМ РЫНКЕ. КРОМЕ КАЧЕСТВА ОТДЕЛКИ, ПЛАНИРОВКИ, ВИДА ИЗ ОКНА ПОКУПАТЕЛЯ ТЕПЕРЬ ИНТЕРЕСУЕТ И РАЗМЕР ПРИДОМОВОГО УЧАСТКА. А ОН, КАК ПРАВИЛО, ЗАВИСИТ ОТ ФОРМАТА КОТТЕДЖНОГО ПОСЕЛКА.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Ближайшие пригороды Петербурга или зона застройки проектов, выступающих в качестве альтернативы городскому жилью, по-прежнему востребованы. Наиболее активно развивается Всеволожский район. Также популярны у девелоперов Выборгский, Ломоносовский, Пушкинский районы.

Эксперты отмечают, что предпочтения покупателей по размеру участка разнятся в зависимости от их представлений о загородной жизни и имеющихся денежных средств. Если клиент ищет загородный дом как второе жилье — дачу и планирует вести активную садово-огородную деятельность, то меньше чем на шесть соток он не согласится, а лучше бы десять. Если же дом приобретается для постоянного проживания, то тогда клиентов интересуют более скромные по размерам участки, за которыми было бы легко следить каждый день, в том числе и зимой.

В настоящее время в сегменте эконом-класса рынок малоэтажного строительства представлен малоэтажными многоквартирными домами и таунхаусами. Индивидуальные дома, цена которых может быть интересна потенциальным покупателям недорогого жилья, возводятся преимущественно в районах Ленинградской области, значительно удаленных от границ мегаполиса, — от 40 км. «В пригородах Санкт-Петербурга можно выделить лишь единичные коттеджные комплексы, в которых можно приобрести дом за 4–4,5 млн рублей. Они, как правило, возводятся по каркасной технологии с придомовыми участками не более 10 соток. В среднем площадь земельного участка составляет 6–8 соток», — рассказывает Арсений Васильев, генеральный директор ГК «Унисто Петросталь».

При этом эксперты говорят, что сегодня размер придомового участка напрямую зависит от типа дома — таунхаус это или коттедж.

Так, придомовой участок таунхауса обычно составляет от 0,5 до 2 соток. «У нас в „Золотых ключах“ это 1,5–2 сотки, для дуплексов — 2,5–3,5 сотки. Под коттеджи территория выделяется, конечно, побольше — чаще всего в диапазоне от 3 до 12 соток. Как правило, в составе ДНП участки крупнее, а на землях под ИЖС — поменьше. Средняя величина будет около стандартных шести соток», — говорит Елена Шишулина, директор по маркетингу УК «Старт Девелопмент». — У нас есть покупатели в „Золотых ключах“, которые приобрели таунхаус на полутора сотках, отказавшись от коттеджа с просторным участком, в котором жили до этого, так как они больше не хотели тратить время и силы на расчистку снега, косьбу травы. Если говорить о западном опыте, то европейцам



ИНОГДА ЛУЖАЙКА ПЕРЕД ДОМОМ МОЖЕТ БЫТЬ КАК СТАДИОН СРЕДНЕЙ РУКИ

и американцам совсем не свойственно стремление к большим территориям. Есть лужайка перед домом — и достаточно. К тому же у них нет таких норм по противопожарным расстояниям между домами, которых должны придерживаться российские застройщики».

Руководитель службы маркетинга компании «Пулэкспресс» Марина Агеева говорит, что минимальный размер участка в таунхаусах предлагает поселок «Смольный» — от 0,8 сотки, «Кивеннапа Север» — от одной сотки, «Традиция» — от 1,2 сотки, «Золотые ключи» — от 1,5 сотки. Она также отмечает, что в этом году появилось предложение приквартирных участков для квартир, расположенных на первых этажах малоэтажных многоквартирных домов. «Такие участки предлагает компания NCC в проекте Grena Lund и „Пулэкспресс“ в заявленном на выход этой осенью проекте „Мелодия“. Площадь приквартирных участков — от 0,3 до 1,5 сотки. Однако квартиры с участками уже сложно отнести к эконом-классу. Скорее, это уже бизнес-формат загородной недвижимости», — рассуждает госпожа Агеева.

Евгений Богданов, генеральный директор финского проектного бюро Rumpri, согласен, что размер придомового участка у таунхаусов не превышает 1–2 сотки. «Это вполне отвечает западному подходу. Однако этот подход подразумевает, помимо частной территории, еще и наличие общественной зоны, которая в российском эконом-классе зачастую отсутствует. Максимум, что может предложить застройщик, это прогулочные пешеходные зоны вдоль проезжей части. Бывают случаи, когда объекты, повышающие комфорт всех жителей поселка, и вовсе отсутствуют. Таунхаусы — это объекты безэкспертные, на них

не распространяется множество ограничений, поэтому неудивительно, что застройщики экономят на инфраструктуре», — сетует господин Богданов.

Эксперты отмечают, что сегодня стоимость сотки земли зависит не от размера, а от правового и градостроительного статуса территории, обеспеченности инженерными сетями и удаленности от города. Сотка в составе ДНП (дачное некоммерческое партнерство) или СНТ (садоводческое некоммерческое товарищество) к югу от Петербурга в пределах 35 км в среднем стоит около 80 тыс. рублей. На севере это будет на 20% дороже. Земли под ИЖС очень редко продаются незастроенными, в этом случае (и при наличии коммуникаций) средняя цена вырастает до 150–200 тыс. рублей, если говорить об эконом-классе.

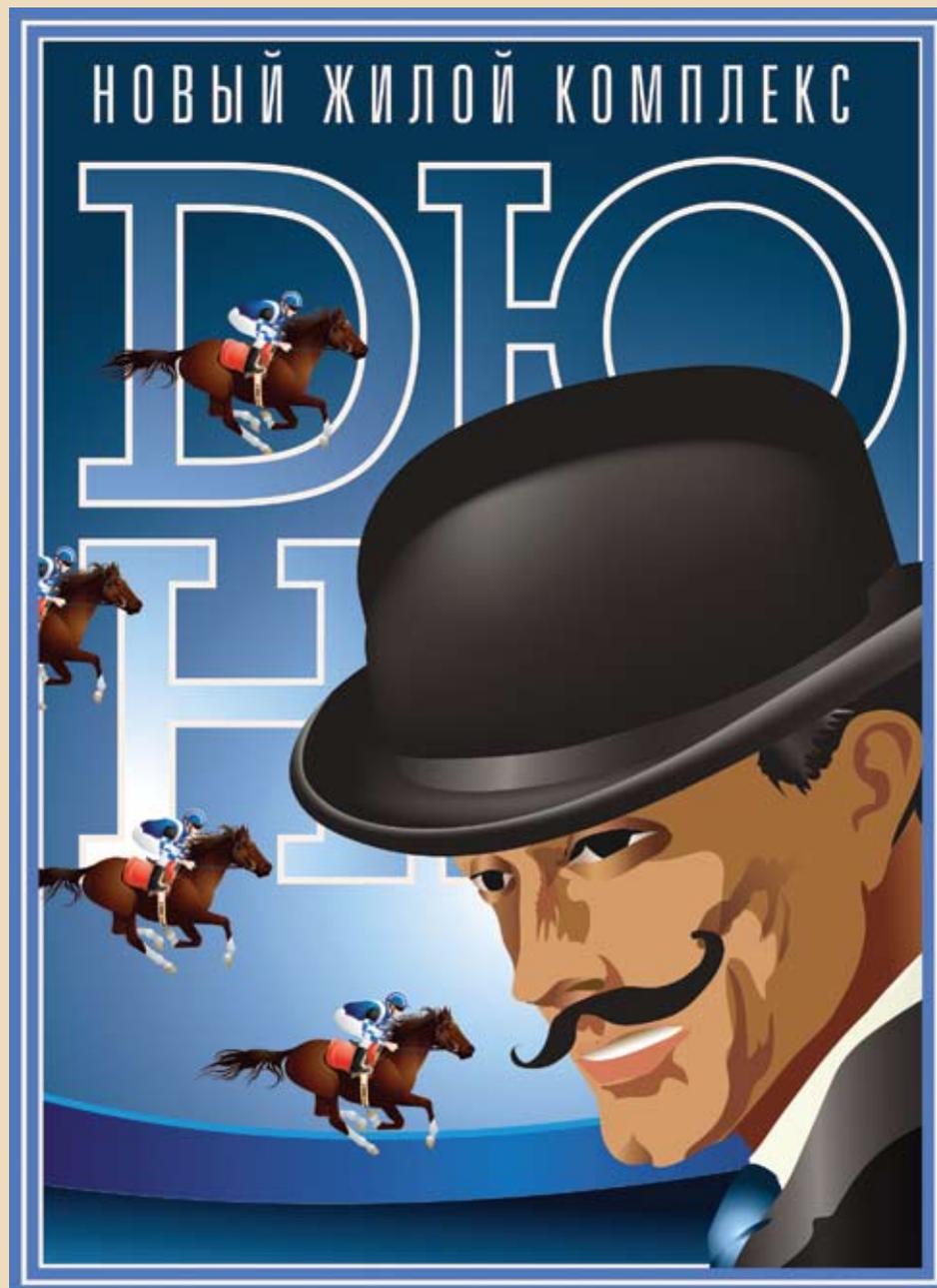
Руководитель департамента элитной и загородной недвижимости компании «Матрикс-Недвижимость» Анастасия Тузова отмечает при этом, что некоторые различия в восприятии коттеджей, таунхаусов и городских кварталов в России и на Западе присутствуют до сих пор: «По поводу пожеланий покупателя можно отметить, что, приобретая таунхаус эконом-класса, он выбирает из имеющегося предложения. На самом деле мы переняли западный опыт, но в понимании европейцев таунхаус — это городской дом площадью примерно 120 кв. м с воротами, местом для двух машин и участком в три сотки. Помимо личной земли, существует и общественная территория на восемь-десять семей, на которой расположены бассейн, корт, гриль. Такие дома формируют целый квартал из нескольких десятков домов, примыкающих друг к другу. У нас это называется поселок, а не квартал в городе, что является одним из принципиальных различий». ■

НОВЫЙ ЖИЛОЙ



КОМПЛЕКС

РЕКЛАМА



ОТ 2,45 МЛН РУБ.

ТЕЛЕФОН ОТДЕЛА РЕАЛИЗАЦИИ

320-12-00

г. Сестрорецк, Дубковское ш./ул. Токарева



www.cds.spb.ru

Приглашение вступить в ЖСК «ЦДС-Сестрорецк».

Приобретение квартир осуществляется посредством вступления в ЖСК «ЦДС-Сестрорецк» и уплаты взносов.

Подробная информация о вступлении в ЖСК в отделах реализации.

С информацией о застройщике и о проекте строительства можно ознакомиться на сайте [cbs.spb.ru](http://cbs.spb.ru)

# ОБСТАВИТЬ ПОКУПАТЕЛЯ

## СЕГОДНЯ УЖЕ МОЖНО ВСТРЕТИТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ О ПРОДАЖЕ ЖИЛЬЯ В НОВЫХ ДОМАХ НЕ ТОЛЬКО С ПОЛНОЙ ОТДЕЛКОЙ, НО ДАЖЕ И С МЕБЕЛЬЮ.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Пока случаи продажи квартир с мебелью единичны — застройщики делают первые шаги к выведению на рынок нового формата предложения. И пионерами здесь являются компании с иностранным капиталом, используя свой западный опыт: предложение меблированных квартир в общемировой практике очень распространено. В Санкт-Петербурге это чаще всего происходит в рамках промоакций — клиентам выдаются сертификаты на приобретение мебели у компаний-партнеров или предлагается несколько разработанных дизайн-проектов квартир на выбор. «Определенный сегмент потребителей квартир „под ключ“ уже формируется — это прежде всего покупатели, для которых важен временной фактор, инвесторы, вкладывающие деньги в недвижимость для последующей сдачи ее в аренду, а также покупатели элитного жилья, которым предлагают уникальную услугу — проект от всемирно известного дизайнера», — отмечает Арсений Васильев, генеральный директор ГК «Унисто Петросталь».

Александр Подусков, директор по продажам компании KR Properties, считает, что в элитном сегменте квартиры с мебелью от застройщика — большая редкость, потому что покупатели высокобюджетного жилья довольно взыскательны и предпочитают самостоятельно делать ремонт и выбирать обстановку. «Если новая квартира выходит в продажу с полностью готовым ремонтом, то это не столько прибавляет к ее стоимости определенный процент, сколько сужает возможность для торга. При продаже такого объекта девелопер не сможет предложить интересную скидку покупателю. Кроме того, надо понимать, что нельзя навязать потенциальному клиенту уже приобретенную мебель — он может выбрать ее на свой вкус, и в этом случае затраты на мебель окажутся для застройщика дополнительными издержками», — поясняет господин Подусков.

**ПЕРВЫЕ ШАГИ** «Сейчас, насколько мне известно, лишь в одном объекте на рынке Петербурга заявлено, что квартиры будут сдаваться с полной чистовой отделкой и мебелью. Это ЖК «Светлый мир „Я — романтик“» от компании Seven Suns», — говорит Вячеслав Ефремов, заместитель генерального директора компании «НДВ СПб». Светлана Денисова, начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент», приводит в пример проект «Леонтьевский мыс». Но пионерами были проекты в секторе бизнес-класса. Так, при реализации проектов в центре города финские застройщики предлагали покупателям квартиры с меблированной кухней, затем предложение распространилось на объекты экономкласса. «Это связано с тем, что достаточно высокий процент покупателей в этом сегменте использует привлеченные средства, и с точки зрения экономии им удобнее въезжать в квартиру с уже оборудованной кухней. Безусловно, предложение востребовано на рынке, но нельзя сказать, что это напрямую влияет на цену квартиры. В тех районах, где существует большое количество предложений, это служит дополнительным стимулом для выбора в пользу конкретной компании», — говорит госпожа Денисова.



ЧЕМ ЛАКОНИЧНЕЕ ДИЗАЙН ГОТОВОЙ КВАРТИРЫ, ТЕМ БОЛЬШЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ВОПЛОЩЕНИЯ СОБСТВЕННЫХ ИДЕЙ ВЛАДЕЛЬЦА (ИНТЕРЬЕР КВАРТИРЫ В ЖИЛОМ КОМПЛЕКСЕ MIRAX PARK, МОСКВА)

Елена Шишулина, директор по маркетингу УК «Старт Девелопмент», к идее меблировки комнат относится скептически: «Наша компания пару лет назад проводила опросы участников фокус-групп — насколько им интересно предложение квартир с полной или частичной меблировкой. И практически все высказались за полное отсутствие мебели. Если какие-либо пожелания и были, то они относились к встроенным шкафам и кухонной мебели. Причины не востребоваемости полностью обустроенного жилья две. Первая — это стремление покупателей к индивидуальности, желание самому уж если не отделать помещение, то хотя бы его обставить и декорировать. Вторая — относительно высокая стоимость покупки. Если процесс отделки стоит некоторых клиентов — долго, нужно искать и контролировать работу строительной бригады, закупать строительные материалы и инструмент — то процесс выбора дивана в магазине гораздо более прост и приятен, и его уже не хочется доверять застройщику».

**ОПРАВДАНОЕ РЕШЕНИЕ** Арсений Васильев полагает, что меблировка повышает стоимость квартиры примерно на 15%. «У нас отсутствует единый стандарт использования разных типов квартир — в двухкомнатной квартире могут проживать как супруги, не имеющие детей, так и семья с детьми; формат использования однокомнатной квартиры еще шире, поэтому угадать стиль меблировки комнат практически невозможно», — добавляет он.

Ирина Могилатова, управляющий партнер агентства недвижимости TWEED, уверена: «Для девелопера квартира „под ключ“ — это закупка оборудования, разработка дизайн-проекта, ремонт; все это, помимо затратной части, продлевает срок выставления квартиры на продажу примерно на год. Поэтому чаще всего к этому прибегают, если у квар-

тиры не все в порядке с видовыми характеристиками либо есть другие изъяны. Тогда ремонт и меблировка добавляют объекту привлекательности».

А вот директор по маркетингу компании «ЮИТ Санкт-Петербург» Екатерина Гуртова считает, что меблировка квартир высоко востребована: «Сегодня ЮИТ предлагает квартиры с наиболее полной комплектацией — до сих пор подобный продукт отсутствовал на рынке Петербурга. Наши клиенты, покупая квартиру с отделкой „под ключ“, могут заказать оборудование и отделку помещения сауны, установку кухонного гарнитура с техникой (выбрав один из вариантов мебели), а недавно мы дополнили этот пакет новым предложением — возможностью заказать установку в квартире встроенной мебели».

**ЗАГОРОД В ТРЕНДЕ** Эксперты загородного рынка говорят, что формат продаж жилья с мебелью приходит и в коттеджное строительство. Михаил Фуксман, директор по продажам компании «Петросталь», констатирует: «Такой формат, безусловно, интересен и застройщику, так как такие инвестиции приносят добавочную прибыль в размере 25–30 процентов, и покупателю, так как вариант очень удобный — приносят личные вещи и начинают жить. В каждом нашем проекте — „Медовое“, „Горки СПб“, „Корабельные сосны“, „Высокие ели“ — есть дома „под ключ“. Эту традицию мы продолжим и в загородном жилом комплексе „Близкое“».

Руководитель службы маркетинга компании «Пулэксспресс» Марина Агеева добавляет: «Предложения жилья с мебелью исходят от компаний, ориентированных на финский (скандинавский) подход к девелопменту недвижимости». Но в целом она считает, что говорить о меблировке загородных домов пока рано — рынок еще только начинает рассматривать возможность чистовой отделки коттеджей и таунхаусов, такие проек-

ты пока единичны. «Причем развиваться это направление будет, скорее всего, в экономсегменте, где люди готовы к типовому интерьерному решению», — прогнозирует Марина Агеева.

**В ПЕРСПЕКТИВЕ** Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости «Colliers International Санкт-Петербург», считает, что выводу нового формата на рынок мешает исторически обусловленное недоверие покупателя к качеству готовой отделки и мебели — в советские времена отделка, мебель и сантехника от застройщика всегда были не самого высокого качества. «Однако теперь девелоперы привлекают к созданию интерьеров своих элитных домов знаменитых дизайнеров. По нашим прогнозам, по мере привыкания рынка к элитным квартирам с качественной дизайнерской отделкой эта тенденция будет укрепляться, а квартир с мебелью будет становиться больше», — рассуждает госпожа Конвей.

Елена Валуева, директор по маркетингу Mirland Development Corporation Plc, добавляет: «Практика предложения квартир с отделкой тоже сложилась не сразу — еще пять-семь лет назад это были единичные проекты. Но, как известно, не только спрос рождает предложение, но и предложение способно оказывать влияние на формирование спроса. В нашем проекте „Триумф Парк“ 30 процентов квартир предлагаются с полной отделкой, и все они востребованы. Я думаю, что идея с мебелью также получит свое развитие — можно предположить, что в среднесрочной перспективе будет появляться все больше квартир с мебелью, в том числе и в качестве дополнительной опции. Наиболее востребована кухня, так как ее обстановка и оборудование — самый трудоемкий процесс, в том числе и по временным затратам». ■



**BELLAGIO**  
Country Club



готовые таунхаусы в Репино

**от 12 млн.руб**

**FG**  
FORTGROUP

**965 27 37**  
[bellagio-repino.com](http://bellagio-repino.com)

предложение  
ограничено

# СТАРЫЕ КВАРТАЛЫ ЖДЕТ НОВАЯ ЖИЗНЬ

МОРАЛЬНОЕ УСТАРЕВАНИЕ И ФИЗИЧЕСКИЙ ИЗНОС ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ — ПРОБЛЕМА БОЛЬШИНСТВА «НЕМОЛОДЫХ» ГОРОДОВ. О ТОМ, КАК ЕВРОПЕЙСКИЙ ПОДХОД ПРИМЕНЯЕТСЯ ДЛЯ ОБНОВЛЕНИЯ ОБЛИКА ПЕТЕРБУРГА, РАССКАЗЫВАЕТ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «СПБ РЕНОВАЦИЯ» АРТУР МАРКАРЯН. ВЕРОНИКА ЗУБАНОВА

**GUIDE:** С чем связана проблема устаревания территории и каким образом она решается?  
**АРТУР МАРКАРЯН:** Каждая территория города несет определенную функцию, и в том случае, если эта функция себя изживает, территории требуется реновация или регенерация. Например, шведский город Мальме был когда-то крупным промышленным центром. Когда судостроительные верфи начали закрываться, люди стали уезжать. Чтобы продолжать развитие города, власти приняли решение сделать акцент на образование. Индустриальные территории перестраивали под жилые зоны, этот процесс длился около двадцати лет, и сегодня Мальме — образовательный центр. Во многих других странах проблема реновации связана с необходимостью развития депрессивных территорий. Таких примеров очень много в Лондоне.

**G:** В чем отличие российской ситуации?

**A. M.:** В Европе процессы реновации и регенерации начались достаточно давно и идут без остановки, многие проекты реализуются на протяжении десятков лет. У России такого опыта пока нет. У нас сегодня ситуация такая, что все, что строится, будет продаваться. В Европе уровень удовлетворенности спросом совершенно другой. Там во главу угла ставятся не квадратные метры, а качество жилья. И мы в своем проекте реализуем этот подход.

**G:** В чем это выражается?

**A. M.:** Европейская архитектура жилищного строительства — это обращение к человеку. Спальные районы европейских городов не похожи на наши. Там трамвайные пути засевают травой, а дорогу, если она проходит в жилом квартале, опускают под землю. Помещения на первых этажах для представителей малого бизнеса проектируются как лофты — в них можно и жить, и устраивать офис: человеку не нужно ехать через весь город на работу. Очень большое внимание уделяется общественным зонам отдыха: зеленые зоны, скамейки, пешеходные и велосипедные дорожки, детские и спортивные площадки.

Мы стремимся разнообразить европейской архитектурой однообразность и серость наших окраин, создать среду обитания, в которой человеку будет комфортно. Формируем квартал: в нем — двор, в нем — дом, в доме — подъезд, этаж (лестничная площадка) и, наконец, квартира. Каждый элемент очень важен.

**G:** Чем эти новые кварталы будут отличаться от прежней застройки?

**A. M.:** Когда мы начинали, то постарались изучить европейский опыт. Одна из наших задач — возродить культуру дворовой жизни. Сейчас дома стали больше, дворы тоже. Но когда расстояние между домами составляет более 200 метров — это уже не двор. Двор должен быть небольшим: максимум 30–40 метров. В нем не должно быть автомобилей. Входы в дом — сквозные: с улицы и со двора. Никаких железных дверей с кнопками — это угнетает. Вход отделан стеклом — это приятно и практично: человек должен видеть, куда он заходит. Конечно, консьерж.



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

Кроме того, мы сознательно идем на потерю квадратных метров, чтобы оборудовать комнаты для хранения велосипедов и детских колясок. Для сбора мусора — не мусоропровод, а специальное помещение, и вход в него — только с улицы, чтобы запаха не было. У нас достаточно дорогое с точки зрения вложений лифтовое оборудование — но в перспективе оно более выгодно: лифты потребляют на 25% меньше электричества, при этом гораздо дольше служат.

**G:** А что внутри, в квартирах?

**A. M.:** Одной из новейших тенденций являются широкие балконы. По данным европейских исследований, если на балконе можно поставить столик и кресла, то люди реже превращают его в место для хранения ненужного хлама. Мы тоже хотим, чтобы наши жильцы могли устроить на балконе дополнительное место отдыха, а не делали из него кладовку. Новый элемент комфорта, важный в нашем климате, — это максимальное увеличение площади окон. В наших домах большинство квартир имеют высоту окон 2,15 м, есть квартиры с окнами в пол.

**G:** Используете ли вы энергосберегающие технологии?

**A. M.:** Каждый жилец должен контролировать все, что он потребляет, и умеренно платить. Мы стремимся получить баланс между доступностью, комфортностью и разумной

экономикой. Используем в домах энергоэффективные технологии, применяем приборы учета воды, тепла, электроэнергии. У нас, например, нет вертикальных стояков: в каждую квартиру отопление и вода поступают по трубам в полу. Работает система регенерации тепла, у жильцов есть возможность устанавливать разный режим. В такой квартире можно сэкономить на коммунальных платежах до 30%.

**G:** Чем уникален проект реновации?

**A. M.:** В первую очередь своим масштабом — строится 22 квартала в девяти районах города, в общей сложности более 8 млн кв. м.

В рамках этой программы мы должны предложить новое жилье более 65 тыс. семей. Мы делаем квартиры с полной отделкой. Переезжая из старой хрущевки в новый дом, человек должен ощущать колоссальную разницу — именно с точки зрения качества жизни. Люди хотят переезжать в квартиры, в которых сразу можно жить. Им не хочется ходить по магазинам и жить несколько лет в состоянии ремонта. Это тоже мировая тенденция — предлагать готовое жилье. На европейском рынке 90% квартир предлагаются готовыми для проживания: стандартизован цвет пола, дверей, стен, зачастую даже мебели. Человек выбирает из двух-трех вариантов цвета кафеля и кухонной гарнитуры. Мы сейчас к этому постепенно движемся.

**G:** Таким проектом, наверное, сложно управлять?

**A. M.:** Масштабность и многогранность проекта требуют особого внимания к модели управления. Успех определяется качеством управления: компания, которая плохо управляется, не может создать хороший продукт. Мы научились работать с иностранными специалистами, адаптировали их к российским реалиям и интегрировали в этапы производства. Кстати, наша компания весь процесс полностью перевела в 3D. Это позволяет четко контролировать ход работ, а кроме того, даст колоссальные преимущества ТСЖ при дальнейшей эксплуатации зданий.

**G:** Каковы перспективы процесса реновации в Петербурге?

**A. M.:** Процесс реновации городских территорий будет идти практически непрерывно. Я уверен, что в ближайшие пять-семь лет уровень статуса кварталов, подвергшихся реновации, сильно возрастет. Сейчас мы разрабатываем квартал на набережной, где вообще не будет автомобилей, это первый подобный проект в городе. Мы должны изменить облик города, и это — дело не одной компании «СПб Реновация». Во всем мире урегулированием процессов занимается власть, и наш проект также реализуется при поддержке правительства Петербурга. Программа рассчитана на несколько лет. Но то, что делаем мы, — это лишь 20% от необходимого объема. Еще 80% территорий, которым требуется реновация, ждут своих инвесторов и архитекторов. ■

## ПРОЕКТЫ РЕНОВАЦИИ

ООО «СПб Реновация» создано 12 ноября 2009 года для реализации развития застроенных территорий. Программа включает в себя снос старого и строительство нового комфортного жилья, комплексную реконструкцию и системное развитие инженерной и социально-бытовой инфраструктуры. Реновация обеспечит градостроительное развитие более 900 га территорий в девяти районах города: Калининском, Кировском, Колпинском, Красногвардейском, Красносельском, Курортном, Невском, Московском и Фрунзенском. Все проекты делятся на четыре типа. «Практик» — это кварталы по доступной цене («Ржевка», «Щемиловка», «Красный кирпичник»). «Мегаполис» — кварталы поблизости от исторического центра («Большой Московский», «Новый Лиговский», «Малая Охта», «Нарвская застава»). «Атмосфера» — кварталы по соседству с городскими парками, зелеными массивами и водоемами («Песочный», «Тихорецкий», «Славянка», «Ульянка 6», «Сосновая поляна 1–5», «Сандэй»). «Баланс возможностей» — оптимальное сочетание цены и местоположения («Астрид»).

В настоящее время реализуется первая очередь строительства на объектах «Сандэй» (Красносельский район, сдача в эксплуатацию — третий квартал 2014 года) и «Астрид» (Колпино, сдача в эксплуатацию — третий квартал 2015 года). До конца 2013 года планируется запустить в реализацию еще семь территорий.

# Небо

КОТТЕДЖНЫЙ ПОСЕЛОК

ПОСЕЛОК КУЗЬМОЛОВСКИЙ  
ВСЕВОЛОЖСКИЙ РАЙОН  
ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

10 МИНУТ  
ДО ГОРОДА  
ОТ 11,7 МЛН РУБ.

БОЛЬШЕ ЧЕМ ВИДНО ГЛАЗУ



## КИРПИЧНЫЕ КОТТЕДЖИ ОТ 157 м<sup>2</sup> (участки от 7 соток до 19 соток) И ТАУНХАУСЫ ОТ 150 м<sup>2</sup> (участки до 8 соток)

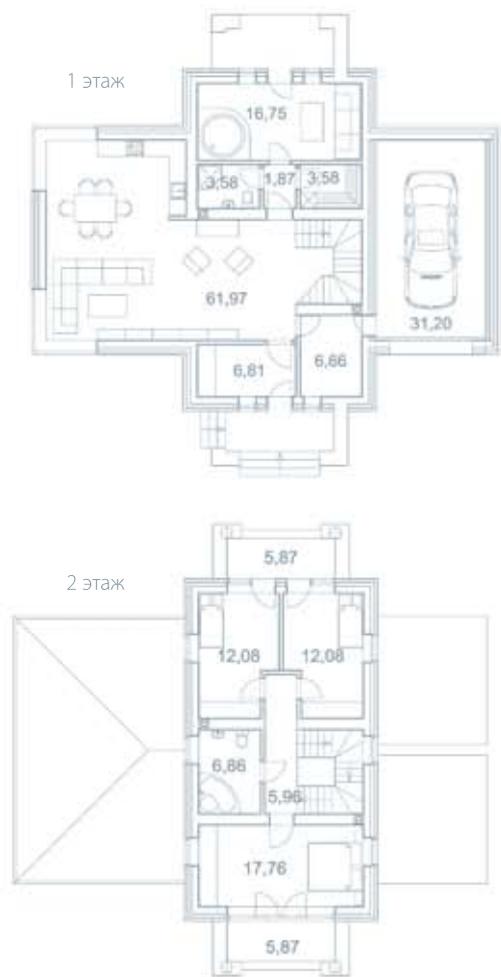
Двухэтажная квартира в дуплексе площадью **157** квадратных метров с пристроенным гаражом. На первом этаже расположены кухня, столовая, гостиная, сауна, ванная и гостевая комнаты. На втором этаже находятся три спальные комнаты и ванная.

- Отличная транспортная доступность — 10 км от Санкт-Петербурга
- Фитнес-центр с бассейном
- Стадион для футбола, баскетбола, волейбола и тенниса
- Детский садик, игровые площадки
- Ресторан, универсальный магазин премиум-класса
- ИЖС, газ, все центральные коммуникации

### ЗАПЛАТИ 40% И ЗАСЕЛЯЙСЯ

СКИДКА ДО 10%

РАССРОЧКА ДО 3-х ЛЕТ



\*Ипотечный кредит предоставляется ЗАО «Банк ВТБ24» (генеральная лицензия № 1623). Процентная ставка по ипотечному кредиту в рублях составляет 11,95 % годовых. Минимальный первоначальный взнос — 25 %. Минимальная стоимость покупки — 12,0 млн руб. Сумма кредита от 1 млн руб. Срок кредитования до 50 лет. Кредит оформляется после оформления домов в собственность.  
Застройщик ЗАО АРТ «Неоград». Ознакомиться с проектной документацией вы можете в офисе компании по адресу Кондратьевский пр., д. 62, корп. 4

**СТРОИТЕЛЬНЫЙ  
ТРЕСТ**  
НЕДВИЖИМОСТЬ

ОФИСЫ КОМПАНИИ: КОНДРАТЬЕВСКИЙ ПР., Д. 62, КОРП. 4;  
МИКРОРАЙОН КУДРОВО, ЛЕНИНГРАДСКАЯ УЛ., Д. 7, КОРП. 1; КОЛОМЯЖСКИЙ ПР., Д. 15;  
КОТТЕДЖНЫЙ ПОСЕЛОК «НЕБО», ПОС. КУЗЬМОЛОВСКИЙ, ВСЕВОЛОЖСКИЙ РАЙОН ЛО;  
ФЕРМСКОЕ ШОССЕ, Д. 22, ЛИТЕРА Н; ВРЕМЯ РАБОТЫ: ПН-ПТ С 9 ДО 19, СБ-ВС С 11 ДО 19

**331-2000**  
www.stroytrest.spb.ru

# FOUR SEASONS HOTEL LION PALACE ЖДЕТ ГОСТЕЙ

ДОМ СО ЛЬВАМИ, ПОСТРОЕННЫЙ ПО ПРОЕКТУ МОНФЕРРАНА, СТАЛ ОТЕЛЕМ КЛАССА DE LUXE — ПЕРВЫМ В РОССИИ ОТЕЛЕМ МИРОВОЙ СЕТИ FOUR SEASONS HOTELS & RESORTS. АЛЬБИНА САМОЙЛОВА



АЛЕКСАНДР КОРКОВ

МРАМОРНЫЕ ЛЬВЫ У ПАРАДНОГО ВХОДА РАБОТЫ ПАОЛО ТРИСКОРНИ ПРОСЛАВИЛИ ДОМ КНЯЗЯ ЛОБАНОВА-РОСТОВСКОГО ЕЩЕ В ПОЗАПРОШЛОМ ВЕКЕ. НА ОДНОЙ ИЗ СКУЛЬПТУР СПАСАЛСЯ ВО ВРЕМЯ НАВОДНЕНИЯ ГЕРОЙ ПОЭМЫ ПУШКИНА «МЕДНЫЙ ВСАДНИК»



ПАРАДНАЯ ЛЕСТНИЦА СОХРАНЕНА В СВОЕМ ИСТОРИЧЕСКОМ ВИДЕ

ния Cheryl Rowley и японская Spin Design Studio. По словам генерального директора ЗАО «Тристар Инвестмент Холдингс» Виктории Соболевской, работы велись в плотном сотрудничестве с КГИОП и Росохранкультурой. Остались в сохранности фасад здания, парадный вход, центральная лестница. Появились воссозданные элементы — например, скульптуры архангелов с императорским гербом на фасаде. В реконструкцию Дома со львами вложено \$250 млн.

Все 177 номеров отеля не похожи друг на друга — некоторые еще в стадии до-работки. Площадь самого маленького стандартного номера 38 кв. м, самого большого — 56 кв. м. Мебель в стиле неоклассицизма из красного дерева, ореха и вишни с позолотой и инкрустацией привезена из Италии и Франции, текстиль и ковры — из Англии, кованные люстры создавали российские мастера.

Президентский люкс состоит из гостиной, столовой со столом из красного дерева на десять персон, кухни, спальни и ванной с фресками. Полуторатонная ванна вырублена из цельного куска мрамора — ее пришлось поднимать через окно. Белоколонная аркада над главным входом в отель превратилась в террасу для президентского люкса. ■



В ИНТЕРЬЕРЕ ADMIRALTY SUITE, ОКНА КОТОРОГО ВЫХОДЯТ НА ОДИН ИЗ ФАСАДОВ ИСААКИЕВСКОГО СОБОРА, ГОСПОДСТВУЕТ ДЕЛИКАТНАЯ ЦВЕТОВАЯ ГАММА, ОБСТАНОВКА — В СТИЛЕ НЕОКЛАССИЦИЗМА

К моменту официального открытия гостиницы в июле уже было забронировано 80 номеров для участников сентябрьского саммита G20, в том числе и президентский люкс «Лобанов» площадью 152 кв. м стоимостью \$15 тыс. в сутки.

Реконструкцией дома занималась архитектурная мастерская Евгения Герасимова, реставрацией охранных зон — архитектор Рафаэль Даянов, дизайном помещений — калифорнийская компа-



КРОВАТЬ В ОДНОМ ИЗ «СТАНДАРТНЫХ» НОМЕРОВ НОВОГО ОТЕЛЯ — ТЕКСТИЛЬ ЗАКАЗЫВАЛСЯ В АНГИИ

# ЧАСТНАЯ МЕДИЦИНА ИДЕТ СВОИМ ПУТЕМ

НИША КОММЕРЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЫ, КАЗАЛОСЬ БЫ, ДАВНО ОБОЗНАЧЕНА: НЕБОЛЬШИЕ УЮТНЫЕ ПОЛИКЛИНИКИ, КУДА ПРИХОДЯТ ДЛЯ ПРОФИЛАКТИЧЕСКИХ ОСМОТРОВ ИЛИ С ЗАБОЛЕВАНИЯМИ СРЕДНЕЙ СЛОЖНОСТИ. СОГЛАСНО РАСХОЖЕМОМУ МНЕНИЮ, СЕРЬЕЗНЫЕ СЛУЧАИ, ИСХОД КОТОРЫХ МОЖЕТ БЫТЬ ЛЕТАЛЬНЫМ, «ЧАСТНИКИ» НЕ ЛЮБЯТ. СТЕРЕОТИПЫ ГОТОВИТСЯ РАЗБИТЬ МАСШТАБНЫЙ ПРОЕКТ ООО «АВА-ПЕТЕР» (КЛИНИКИ «АВА-ПЕТЕР» И «СКАНДИНАВИЯ»).

О ходе строительства Приморского госпиталя и том, по каким законам развиваются частные клиники, рассказывает генеральный директор компании Глеб Михайлик.

**GUIDE:** Когда планируется открытие Приморского госпиталя?

**ГЛЕБ МИХАЙЛИК:** По плану строительство первой очереди госпиталя должно завершиться к концу 2013 года. Сейчас идет насыщение инженерными сетями: электрика, водоснабжение, уже начинают монтировать короба вентиляции. Планируется установить автономные источники электро- и теплоснабжения. Полагаю, к марту мы сможем приступить к этапу согласований, получения лицензии. Мы сделаем все возможное, чтобы уже в следующем году госпиталь заработал: ждали этого с 2008 года, когда получили участок у станции метро «Комendantский проспект».

**Г:** Вы называете появление госпиталя естественным результатом развития амбулаторной сети, почему?

**Г. М.:** Потому что это продиктовано логикой развития. Законы философии никто не отменял, и переход количества в качество необходим. Наши клиники обслуживают более пятисот тысяч посещений в год, и определенное количество пациентов требует госпитализации, от этого никуда не денешься. В клинике «Скандинавия» всего 18 госпитальных коек, этого явно недостаточно, чтобы удовлетворить потребности. В новом медицинском центре будет 100–106 коек — конкретная цифра еще уточняется, шесть операционных для наших хирургов, просторное реанимационное отделение, большое диагностическое отделение. Конечно, не обойдется и без взрослого и детского амбулаторно-поликлинических отделений с отдельными входами, гардеробами, регистратурой. Мы надеемся, что они будут востребованы в большой мере жителями Приморского района (это ведь 600 тысяч человек!), где остро ощущается недостаток медицинских учреждений.

**Г:** Что будет отличать новый многопрофильный центр от других медицинских учреждений города?

**Г. М.:** У новой клиники важнейшая задача — оказание высокотехнологичной медицинской помощи в серьезных случаях, а также мощная диагностика. Мне приятно, что во время недавнего визита в США я увидел в новой клинике, открытой менее года назад, точно такое же оборудование, которое будет работать и у нас. Во-первых, трехтесловый магнитно-резонансный томограф Discovery 750 W с самым топовым набором опций, 128-срезовый компьютерный томограф, цифровой рентген на три рабочих места с функцией скопии с двумя трубками, диагностические ультразвуковые установки — три ультразвуковых



аппарата экспертного класса и несколько скрининговых.

**Г:** Это позволит конкурировать с крупными государственными госпиталями?

**Г. М.:** За последние годы государственные учреждения здравоохранения укомплектовали очень серьезно. Но нам нет необходимости конкурировать — мы рассчитываем на собственный поток пациентов, тем более что у нас вся техника работает бесперебойно, в отличие от государственных учреждений, она не простаивает, если сломалась. У нас заключен «платиновый» контракт с сервисными компаниями — это значит, что они обязуются восстановить работоспособность аппаратуры в минимальный срок — не больше трех недель, хотя обычно это происходит еще быстрее, мы требуем от партнеров выполнения своих обязательств в кратчайшие сроки.

**Г:** Новый медицинский центр уже сейчас называют крупнейшей частной клиникой на Северо-Западе и по площадям — 9 тыс. кв. м, и по концентрации медицинской техники. Зона рекреации также планируется масштабная и роскошная?

**Г. М.:** Мы сторонники комфортного минимализма — на интерьеры тратится не так много денег, поэтому нет нужды поднимать стоимость услуг. В медицинском учреждении все должно быть удобно и красиво, но не роскошно. Недавно мы были в амери-

канской клинике в Филадельфии, вот там, конечно, огромные площади, атриум, но и цены соответствующие. Мы спросили, сколько стоят там роды, и врачи, посетовав, что акушерство совсем неприбыльное дело, ответили: «Двенадцать тысяч долларов».

**Г:** Мы когда-нибудь придем к такому уровню цен и, соответственно, комфорта?

**Г. М.:** Думаю, никогда, но, с другой стороны, нам это и не нужно: если бы государство оценивало родовспоможение не в 14,7 тыс. рублей, как сейчас, а в три-четыре тысячи долларов, поверьте, уже хватало бы на все, чтобы обеспечить достойный уровень услуги и заинтересованность врачей.

**Г:** Вы работаете по полисам ОМС?

**Г. М.:** Да, работаем, хотя в них и не заложено такого понятия, как «рентабельность», только покрытие расходов. Тем не менее это неплохая подушка безопасности, чтобы можно было платить аренду, зарплату и так далее. Впрочем, тарифы ОМС постепенно растут. Однако, с моей точки зрения, платная и бесплатная медицина не должны отличаться. Врач не может провести операцию плохо только потому, что государство заплатит за больного по более низкому тарифу. Разница должна быть только в дополнительных опциях, в сервисе.

**Г:** А как ситуация с кадрами? Вы тоже согласны с мнением, что уровень медицинского образования в стране падает?

**Г. М.:** В Петербурге достаточно специалистов, чтобы мы могли укомплектовать штат, а ведь госпиталь даст 400 рабочих мест. Но да, качество образования падает. И я вам скажу, что за границей тоже наблюдается острая нехватка медицинских кадров. У них те же самые проблемы, хотя причины могут быть разные. Мне кажется, что в России это происходит, в том числе, потому что медицинские технологии развиваются слишком быстро.

**Г:** И мы не успеваем за ними? В Лондоне стоматологов учат на 3D-симуляторах, чтобы они умели рассчитывать силу нажима на больные участки, учитывали реакцию языка и так далее. А у нас?

**Г. М.:** Во второй очереди строительства — это совместный проект с СПбГУ — у нас как раз планируется организация большого симуляционного центра, оборудованного по американским стандартам. Там мы будем проводить обучение студентов, повышать квалификацию наших врачей и выбирать среди студентов самых перспективных для пополнения нашей команды. Темпы работы над второй очередью зависят от университета — он должен получить средства по федеральной целевой программе.

Однако, говоря о повышении квалификации с учетом международного опыта, хочу отметить, что если врач настойчив, знает языки, он может участвовать в программах международных обменов, это вопрос мотивации. Ведь и к нам регулярно приезжают иностранные консультанты. Недавно профессор Жак Донне из Бельгии прооперировал пациентку совместно с нашими опытными хирургами, мы транслировали ход операции в конференц-зал для медицинского сообщества.

**Г:** В России с уважением смотрят на тех, кто стажировался или работал за границей. Частные клиники могут себе позволить обучение специалистов за рубежом, стоит ли сделать это правилом?

**Г. М.:** Да, с большим удовольствием, но вот в чем беда: хорошие специалисты могут там и остаться. Сейчас во многих европейских странах принимают наших высококвалифицированных врачей, на них делают большую ставку. На Западе действительно также ощущают большой дефицит хороших специалистов, которым европейские страны готовы предложить достойное обеспечение и уровень жизни. Мы отправляем своих сотрудников на краткосрочные курсы и уверены в том, что они состоялись как врачи и здесь их все устраивает. Сейчас, тем более с открытием нового госпиталя, должно появиться еще более сильное желание работать в России, в Петербурге! ■

# «ПОД ЛАСКОЙ ПЛЮШЕВОГО ПЛЕДА»

С ТОГО ВРЕМЕНИ, КАК МАРИНА ЦВЕТАЕВА НАПИСАЛА СТИХОТВОРЕНИЕ, НАЧИНАЮЩЕЕСЯ С ЭТИХ СЛОВ, МНОГОЕ ИЗМЕНИЛОСЬ. ЗОСЯ ПАШКОВСКАЯ

Традиционный блестящий плюш сегодня позиционируется как винтаж, а плюшевые пледы давно уступили место более современным вариантам из флиса и вечной классике из шерсти. Флис — синтетическое трикотажное полотно из полиэстера, мягкое и легкое, разработала одна из американских текстильных компаний в 1979 году. Благодаря особым свойствам волокна этот материал пропускает воздух и в то же время согревает тело. В пользу флиса говорит и то, что из него многие мировые производители делают сегодня спортивную и детскую одежду. Минусом является склонность этого материала к пиллированию — образованию катышков. Правда, дорогие марки флисов обладают повышенной устойчивостью к этому неэстетичному явлению.

Что касается классики жанра, то плед в его клетчатом варианте с бахромой по узкому краю явился к нам из XVI века (по другим источникам — еще раньше). Этот важнейший элемент одежды шотландского воина-горца служил одновременно и плащом, и покрывалом, а его нижняя часть закреплялась на поясе широким ремнем, что впоследствии превратилось в мужскую юбку килт.

Сегодня плед — один из универсальных предметов интерьера. Самыми теплыми считаются пледы из шерсти верблюда, самыми дорогими — изделия из верблюжьего пуха. А легкие и мягкие пледы делают из шерсти мериносов — тонкорунных овец, в большом количестве их разводят в Австралии.



- 1, 4, 7, 9 Пледы Polo Pony Player, Ralph Lauren Home, **Galerie 46**  
 2, 3 Пледы, вязаные изделия, **Frette**  
 5 Кресло-качалка Shaker, плед Mildred, **Lene Bjerre Design**  
 6 Плед Mie, **Lene Bjerre Design**  
 8 Плед Relax, Zoeppritz, **Vetro Boutique**



5



6



7



9

КОПЛАЖ: ДАРЬЯ РЕГНИКОВА



## ЦВЕТ ЗЕБРЫ

Модный тренд уходящего лета — монохромные цветовые решения и черно-белая полоска. Дизайнеры Givenchy, Celine, Loius Vuitton, Lanvin и многих других модных домов отдали им должное в своих последних коллекциях. В этом стиле выполнена и новая экспозиция салона Galerie 46 (Ralph Lauren Home) на Большом проспекте Петроградской стороны. Гостиную комнату украшает диван с обивкой цветов зебры, да и весь интерьер выдержан в сдержанных тонах. Здесь немало хорошо известных предметов из нескольких коллекций Ralph Lauren Home. ■

## УНИКАЛЬНЫЕ АВТО НА ЕЛАГИНОМ ОСТРОВЕ

Сегодня открывается первый международный конкурс уникальных автомобилей со всего мира Uniques Special Ones, организованный отелем «Амбассадор» и итальянской компанией MAC Group. Увидеть редкие и дорогие экспонаты можно в ЦПКиО в течение трех дней — по 1 сентября.

Uniques Special Ones проводится при поддержке комитета по развитию туризма правительства Санкт-Петербурга, Генерального консульства Италии в Санкт-Петербурге, Государственного Эрмитажа, Русского музея, Центрального парка культуры и отдыха им. Кирова.

Этот международный конкурс родился во Флоренции три года назад. В нем участвуют эксклюзивные автомобили, принадлежавшие известным людям, спортивным командам, автомобили, появлявшиеся в кино, и современные уникальные модели. По словам основателя проекта Сандро Бинелли, Uniques Special Ones — это не просто выставка, не просто конкурс, а страсть к культурному наследию классического автомобилестроения.

Планируется, что в проекте будут участвовать более 50 уникальных автомобилей, которые представят их владельцы. Стоимость большинства раритетов составляет несколько миллионов евро. В прошлом году экспонаты выставки во Флоренции достигли суммарной стоимости более чем в €150 млн. В этом году гости смогут увидеть и прикоснуться к таким автомобилям, как Ferrari 250, Alfa Romeo, Aston Martin, и многим другим.

Кроме того, на двухдневном автомобильном шоу будут представлены предметы искусства, созданные с высочайшим уровнем ручного труда, и коллекции предметов роскоши. Например, в прошлом году Стефано Риччи, дизайнер модной одежды, основатель и президент компании Stefano Ricci, поразил публику оригинальными бриллиантовыми запонками стоимостью в €1 млн.

В течение двух дней жюри будет выбирать лучший экспонат конкурса. В состав жюри войдут знаменитые во всем мире персоны: среди них Лоренцо Рамазотти, шеф-дизайнер итальянской компании Maserati, Ян Камерон, шеф-дизайнер Rolls-Royce, и Адольфо Орси, известная фигура в автомобильном мире. Победитель получит роскошный кубок, а его автомобиль — баллы, увеличивающие его стоимость. ■

## АВТОРСКОЕ СТЕКЛО



Объекты дизайна из новой коллекции итальянского художника Массимилиано Скьявона (Massimiliano Schiavon) представлены в магазине муранского стекла Maxim Art Team. Для мастера это дело семейное: пять поколений его семьи занимались

созданием изделий из стекла. Сегодня работы Скьявона выставляют несколько художественных галерей по всему миру.

Декоративные и напольные вазы, люстры, светильники, скульптура, столовое стекло разнообразны по цветовой гамме

и фактурам, имеют разные формы, выполнены в классических, этнических и африканских стилях. Один предмет может сочетать в себе до пяти различных техник обработки стекла. Новинки этого сезона, демонстрирующие высокий уро-

вень мастерства, — интерьерные вазы, изготовленные с применением сложной техники *incisione*. С ее помощью стеклу придается матовая поверхность, которая вручную декорируется гравировкой и резьбой. ■

# НАБЛЮДАТЬ И АДАПТИРОВАТЬСЯ ЭРИК ПЕР ПРИЕХАЛ В РОССИЮ В НАЧАЛЕ 2011 ГОДА. ТОГДА, НА ИЗЛЕТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА, ЕМУ ПРЕДЛОЖИЛИ ПОСТ УПРАВЛЯЮЩЕГО ОДНОГО ИЗ САМЫХ ИЗВЕСТНЫХ ОТЕЛЕЙ ГОРОДА — «КОРИНТИЯ ОТЕЛЬ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ». С ТЕХ ПОР МНОГОЕ ПОМЕНЯЛОСЬ — И В САМОМ ОТЕЛЕ, И НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ ПЕТЕРБУРГА. ЕЛИЗАВЕТА ГОРЛОВА

**GUIDE:** Вы стали, по сути, кризисным менеджером — какие задачи стояли перед вами сразу после вступления в должность?

**ЭРИК ПЕР:** В 2009 году был завершён крупный инвестиционный проект по расширению и реновации отеля, в который было вложено более 85 миллионов евро. Отель получил дополнительные 107 номеров представительского класса, появился новый конференц-центр, оснащенный по последнему слову техники. Расширение инфраструктуры прежде всего давало возможность развивать направление бизнес-туризма. Но для этой сферы деятельности тогда наступили тяжёлые времена. Следствием экономического кризиса стало сокращение деловых мероприятий, проводящихся на выезде. Поэтому, к сожалению, 2009 и 2010 годы были периодом медленного развития этого сегмента бизнеса. Заняв должность управляющего, я в первую очередь должен был переломить такую тенденцию и вывести это направление в отеле на должный уровень.

Уже к концу 2011 года мы почувствовали значительное оживление в сегменте деловых мероприятий. Наши услуги в сфере проведения деловых форумов, конференций, конгрессов стали более востребованными. Но это не произошло вдруг, в один день. Улучшение экономической ситуации в целом не приводит автоматически к повышению прибыли отеля. Для того чтобы это произошло, необходима постоянная работа — важно правильно позиционировать отель и активно работать с рынком. Конечно, сложности были. Но мы их преодолели и значительно улучшили показатели. К 2012 году, по сравнению с 2010-м, наша выручка увеличилась более чем на 4,5 миллиона евро, а прибыль за 2012 год, по сравнению с 2010 годом, увеличилась на 35%. Изменения и рост — результат работы всей команды отеля, начиная от отдела продаж и маркетинга и заканчивая хозяйственной службой.

**G:** Как вы действовали, чтобы переломить ситуацию, — прибегали к радикальным мерам?

**Э. П.:** Нет, я не сторонник радикальных мер. Мы искали оптимальные пути и формы достижения цели. Кризисный менеджер это не тот, который «рубит и валит», а тот, кто осторожно и гибко подходит к вопросам выбора тактики и стратегии. Пришлось переосмыслить очень многие факторы: мы пересмотрели наши установки на рынке, несколько изменили ценовую политику, интенсифицировали работу отделов продаж и маркетинга. Был проведен целый комплекс мероприятий.

**G:** Вам пришлось сменить команду?

**Э. П.:** Не мой стиль, приходя на новое место, все резко перестраивать. Опыт, который приобрела предыдущая команда, очень важен для нас: и их ошибки, и их достижения. Команда отеля с моим приходом не претерпела существенных изменений, но произошли изменения позиций. Например, у меня появился заместитель, которым стал человек из российской команды. Раньше эту



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

позицию занимал менеджер-иностранец. Когда этот отель начинал работать, здесь было 15 иностранных менеджеров, а на сегодняшний день у нас их только три. «Коринтия» имеет специальную программу подготовки менеджеров высшего звена из числа местных представителей того региона, где работает отель.

**G:** За последние несколько лет в Петербурге количество туристов увеличилось, но все же их не так много, как в европейских городах — Лондоне, Париже, Венеции, Барселоне. На ваш взгляд успешного менеджера в отелем бизнесе — что мешает Петербургу стать столь же популярным туристическим направлением?

**Э. П.:** На мой взгляд, главное препятствие для активного увеличения числа туристов в России в целом и в Петербурге в частности — это наличие визы. Привлекательность регионов, которые имеют безвизовый въезд, значительно выше тех, где требуют визы. Тем не менее существует возможность 72-часового безвизового пребывания в стране участникам круизных поездок. Это очень хороший вариант, и он интенсифицировал круизный бизнес в Санкт-Петербурге.

Учитывая, что город придает большое значение развитию Петербурга как центра деловой активности, эффективным решением было бы сделать подобный 72-часовой без-

визовый въезд, например, для участников крупных деловых мероприятий.

**G:** Вы по роду своей профессии постоянный путешественник. Часто подолгу живете не в своей стране, в чужой культурной среде. Это тяжело?

**Э. П.:** Скорее увлекательно. Я уже более 25 лет переезжаю из одной страны в другую по работе и сделал ряд выводов, которые можно резюмировать так: наблюдать и адаптироваться. Если ты прибываешь в новую страну, оказываешься в новом окружении, то должен пытаться понять эту среду, ее особенности, как ведут себя и действуют люди. Используя эти знания, постараться приспособиться к реалиям, а не пытаться перестроить окружающих людей под себя. Следуя этим правилам, вы вызываете доверие у людей, и они охотнее принимают ваши принципы и подходы, в том числе и в отношении ведения бизнеса. Нет ни одного универсального рецепта, в каждой стране и в каждом новом месте есть свои особенности. И если вы действуете по единому правилу, независимо ни от каких обстоятельств, вам не будет сопутствовать успех. Нужно быть открытым человеком, готовым получать и отдавать.

**G:** Что самое сложное в работе отельера, а что самое приятное и легкое?

**Э. П.:** Отельер — не столько работа, сколько

образ жизни. Вы практически все время на работе. Самое трудное, на мой взгляд, это превзойти ожидания клиента. Дело в том, что отельный бизнес активно развивается во всем мире: появляются новые формы общения с клиентом, усиливается технологическая составляющая. В этой конкурентной среде никто не спит, поэтому очень важно держать руки на пульсе тренда и по возможности что-то применять в собственном отеле.

**G:** Если говорить о туристических предпочтениях, то чего сегодня ожидают гости от пятизвездочных отелей? Меняются ли эти ожидания со временем?

**Э. П.:** Есть известное выражение, которое приписывают американцу Элсворту Статлеру, основателю компании «Статлер Отели», приобретенной позже Конрадом Хилтоном: «Есть три вещи, которые делают отель отличным. Это — location, location, location». Местоположение, конечно, важная составляющая, но на сегодняшний день это высказывание имеет более широкий смысл. Чтобы улучшить качественные показатели отеля, мы, например, участвуем в программе «Маркет Метрикс». По электронным адресам, которые оставляют гости, рассылаются анкеты с вопросами. Они касаются разных аспектов — начиная с этапа бронирования и дальше: как вас приняли, насколько дружелюбным был персонал, как часто обращались к вам по имени, как понравилась еда, какой был сервис, пользовались ли вы какими-то дополнительными объектами деловой инфраструктуры, как работают современные технологические средства в отеле — это, кстати, новая составляющая в списке. Бронируя пятизвездочный отель, гость в первую очередь думает о комфортности своего пребывания, включая центральное местоположение. Он должен чувствовать себя здесь желанным гостем, он хочет видеть улыбки на лицах персонала, чтобы его просьбы выполнялись без промедления и на все дополнительные вопросы, связанные не только с нахождением в отеле, он получал качественную и профессиональную информацию. Чтобы он мог попасть в Мариинский театр, в Эрмитаж, без очереди желательно... Есть масса моментов, которыми занимаются разные сотрудники для того, чтобы гость в Санкт-Петербурге и конкретно в отеле «Коринтия» получил максимум положительных впечатлений.

**G:** Стал ли Петербург для вас «своим» городом?

**Э. П.:** Я полюбил Петербург и чувствую себя здесь комфортно. Бываю в Эрмитаже и обязательно захожу на третий этаж, где находится богатейшая экспозиция импрессионистов. Это бальзам на мою французскую душу. В свободное время люблю бродить по городу. Нередко бываю и на Петровском стадионе. «Коринтия» — официальный партнер клуба «Зенит», но на матчи я хожу не только поэтому. Мне кажется, я вжился в роль петербуржца и стал настоящим болельщиком «Зенита». ■

# КРЕАТИВНЫЕ СУШИ ИГОРЯ ЛИ

СУШИ-ШЕФ РЕСТОРАНА BUDDHA-BAR SAINT PETERSBURG ИГОРЬ ЛИ К ТРАДИЦИОННЫМ РЕЦЕПТАМ СУШИ И РОЛЛОВ ПОДХОДИТ ТВОРЧЕСКИ: ДОБАВЛЯЕТ К РИСУ И РЫБЕ АЗИАТСКИЕ ПАСТЫ, ЛИМОННУЮ ТРАВУ, ЛИСТЬЯ ЛАЙМА, СПЕЦИИ И ДРУГИЕ ИНГРЕДИЕНТЫ, ПОПУЛЯРНЫЕ В ПАНАЗИАТСКОЙ КУХНЕ. А ЕЩЕ — РАЗЛИЧНЫЕ СОУСЫ, ЧТО НЕЛЬЗЯ НАЗВАТЬ ХАРАКТЕРНЫМ ЯВЛЕНИЕМ. АННА КОНЕВА

Перед тем как начать работу в петербургском Buddha-Bar, Игорь Ли прошел стажировку в Париже — на кухне самого первого ресторана, с которого в 1996 году началась история мировой сети.

**GUIDE:** Игорь, хотя в профессии вы и давно, любопытно узнать, как вы в нее пришли и почему выбрали именно японскую кухню.

**ИГОРЬ ЛИ:** По правде говоря, никогда не думал, что буду поваром! Но при этом с детства был знаком с профессией — поваром работала моя мама. Учился я в Москве, там же начал работать. Тогда, уже лет двенадцать назад, встретил своего первого учителя Такао-сан. Благодаря ему я увидел, насколько удивительной может быть кулинария. Ведь в советской действительности у нас было представление, что все одинаковое, согласно стандартам, скучное... А Такао-сан научил меня готовить совершенно по-другому. Именно у него я понял, что нет ничего лучше и правильнее классических суши — сочетания свежих морепродуктов и риса.

**G:** В Японии суши такие же, как в России? И правда ли, что они самая популярная японская еда или это всего лишь миф?

**И. Л.:** Действительно, в России многие думают, что японцы ничего, кроме суши, не едят. На самом деле это, конечно, не так. Японская кухня очень многогранна и интересна! Суши в Японии — это закуска, традиционное блюдо. И — хоть в Японии, хоть в Европе или в России — это блюдо,

которое сразу же демонстрирует качество ресторана и мастерство шеф-повара.

**G:** Вы сами бывали в Японии?

**И. Л.:** Пока, к сожалению, нет. Но я дружу со многими японцами и надеюсь, что однажды туда поеду. Есть у меня и друзья, которые занимаются поставками свежей рыбы со знаменитого рынка Цунидзуки. Мы для нашего ресторана тоже заказываем эксклюзивные виды рыбы.

**G:** Как рыба сюда доставляется? В замороженном виде?

**И. Л.:** Ни в коем случае! Только охлажденной. Если речь идет о специальных видах рыбы, которую можно назвать эксклюзивной, то мы получаем ее «под заказ», для специального банкета, например. Для меню, конечно, эксклюзивную рыбу мы поставить не можем, но шведский лосось и голубой тунец есть постоянно. И в любом случае рыбу доставляют только свежую.

**G:** Желтого тунца используете?

**И. Л.:** Я предпочитаю голубого тунца, он более нежный, у него богатый вкус. Желтого тунца мы не используем, мне он не нравится по вкусовым качествам.

**G:** Каким должен быть правильный рис для суши?

**И. Л.:** Мы покупаем японский сорт Аками-сан. В любом случае это должен быть круглозерный рис, рисинки должны быть идеальной формы. Для суши лучше употреблять рис свежего урожая, прошлогодний.

**G:** А как правильно употреблять васаби? Ведь это настолько острая приправа, что есть ее почти невозможно!

**И. Л.:** В традиционной японской кухне каждый сам составляет для себя соус, добавляя в соевый васаби и имбирь.

**G:** Суши — еда традиционная, и все же — есть ли какие-то модные тренды в приготовлении этого блюда сегодня?

**И. Л.:** Настоящие японцы, конечно, никаких экспериментов не принимают. Дед, отец, сын, внук — все они лепят одни и те же традиционные суши. Но в Европе японские повара относятся к суши очень креативно. К примеру, бренд-шеф Buddha-Bar Масато-сан, автор концепции японской кухни во всех ресторанах сети, создает удивительные новые вкусы. Он разработал более десятка авторских соусов, в его интерпретации суши стали основным блюдом. От классического сочетания «имбирь, васаби, соевый соус» Масато-сан отошел давно. Например, его сашими New Style предлагают к каждому виду рыбы свой соус.

**G:** Такая работа с соусами — влияние французской кухни?

**И. Л.:** Мы все вдохновляемся французской кухней, особенно в Buddha-Bar в Париже. Конечно, идея соуса — французская. И многие ингредиенты и специи, которые мы используем, не японские. Мы добавляем в суши лимонграсс, кардамон... Гости всегда хотят попробовать



АЛЕКСАНДР КОРНЕВ

что-то новое. Да и создавать новые вкусы интереснее.

**G:** Есть ли какие-то особенные качества, которые должны отличать того, кто готовит традиционную японскую еду?

**И. Л.:** Когда я пришел к мастеру, первым делом он посмотрел на мои пальцы... И сказал, что я не подхожу для лепки суши. Пальцы суши-шефа должны быть длинные, тонкие, изящные. И суши в основном готовят мужчины. Как мне объяснил Такао-сан, температура тела у женщины на пару градусов ниже, чем у мужчины. А рис должен быть идеальной комнатной температуры. ■



## ГЛЕН КУПЕР ВОЗГЛАВИЛ КУХНЮ «ЕВРОПЫ»

В гранд-отеле «Европа» — новый шеф-повар. У него большие планы, тем более что в отеле планируется создать новый ресторан вместо двух прежних.

Глен Купер начал свою карьеру в родной Новой Зеландии, где перенимал мастерство у работавших там французских шеф-поваров. Потом четыре года работал в Сингапуре — в одном из отелей класса люкс готовил для приемов знаменитой «Формулы-1» и возглавлял кухню модного проекта дизайнерского дуэта Blood Brothers PS. Cafe. Последние три года Глен провел на Мальдивах в качестве шеф-повара роскошного отеля Constance Halaveli Resort с пятью ресторанами, главный из которых славится высокой азиатской кухней. В числе гостей перебивали разные знаменитости и сильные мира сего, среди которых теннисист Роже Федерер и члены королевской семьи Саудовской Аравии. ■

# ЖЕРОМЕ ПРЕОБРАЗИЛСЯ

Ресторан Арама Мнацаканова прочно обосновался на углу Большой Морской и Гороховой. Новый Jerome («Жером») — гастрономический бар, в котором подают простую еду. Концепция — «клуб для своих»: молодых, веселых работников Probka Family. При этом клуб открыт для посторонних.

Интерьер ресторана, который создавала московский дизайнер Альбина Назимова, был недавно обновлен Максимом Лангуевым. Этого молодого петербургского декоратора один из мировых гламурных журналов включил в топ-15 российских архитекторов, отметив, что он умеет «воссоздать в хмуром отечестве атмосферу разгильдяйских нью-йоркских лофтов». Новый Jerome состоит из трех залов, бар прямо при входе, курить — на скамейке на улице.

Ресторан носит имя шеф-повара Жерома Лорье — уроженца Лиона, знатока традиционной французской кухни и большого экспериментатора. В меню ресторана рядом с такими стандартами, как равиоли с рикоттой и шпинатом или бефстроганов, есть и борщ, и салат оливье, и провокационный раздел «Джанк-фуд»: шаверма, фиш-н-чипс, фирменный супербургер и вегетарианский бургер с фалафелем — все в оригинальном авторском исполнении. Акцент делается на мидии в самых разных видах. ■



В НОВОМ ИНТЕРЬЕРЕ МАКСИМА ЛАНГУЕВА ДОМИНИРУЕТ СОЧЕТАНИЕ БЕЛОГО И ОТТЕНКОВ ГРАФИТОВОГО ЦВЕТА



## АРОМАТ ВИНА — ВО ВКУСЕ БЛЮДА

ВКУС ЭТОГО СЛОЖНОГО ОСНОВНОГО БЛЮДА ПЕРЕДАЕТ АРОМАТЫ ВИНА GEVREY-CHAMBERTIN VIEILLES VIGNES ROSSIGNOL-TRAPET 2009. В МЕНЮ ОНИ ЗНАЧАТСЯ КАК «ПОДЛЕСОК, ГРИБЫ, СВЕКЛА, ПРЯНОСТИ».

Иван Березуцкий, шеф-повар PMI Bar, задался необычной целью: передать во вкусе блюда ароматы вина. Вместе с сомелье ресторана Юлией Хайбуллиной он создал эногастрономический сет, в котором терпкость и оттенки вина можно попробовать на вкус в каждом из пяти курсов.

«Мне всегда хотелось приготовить то, что никто никогда не пробовал, — говорит Иван Березуцкий. — Вино — штука уникальная, аромат значительно отличается от вкуса. А повторить букет французских и итальянских вин с помощью русских продуктов — дело сложное, но интересное. И в этом сете мы показываем, что русские продукты по праву могут быть частью искусства». Новое меню преподносится как премьеры, по-театральному: на обложке значится «Сет из пяти сцен», а в самом перечне блюд написано только название вина и сочетания ароматов, ему присущих. Из чего состоит само блюдо и отражает ли

его вкус аромат вина, который нужно вдохнуть перед тем, как приступить к еде, предстоит определить самому гостю.

Например, первый курс обозначен в меню как «черная смородина, зеленая паприка, грейпфрут», вино — Sancerre Les Caillottes Jean-Max Roger 2011. В качестве блюда, воплощающего эти ароматы на вкус, подают карпаччо из морского гребешка с листьями черной смородины, каплями грейпфрута и зеленой паприкой.

PMI Bar — первый ресторанный проект Евгения Финкельштейна, главы корпорации PMI. Функционально заведение делится на бар, энотеку и ресторан. Первый этаж — брутальное арочное пространство с винными стеллажами и вытянутой барной зоной. Это место для вечеринок, выставок и арт-объектов. Второй и третий этажи — ресторан с бархатными креслами и открытой кухней. ■



В КОМПЛИМЕНТЕ ОТ ШЕФА ИЗ КАМУШКОВ, ЛИСТОЧКОВ И РОСЫ ГЛАВНОЕ НЕ ОШИБИТЬСЯ В ТОМ, ЧТО МОЖНО ПОПРОБОВАТЬ



# 1 сентября начинается подписная кампания на 2014 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».