



ЕЛЕНА ФЕДотова,
РЕДАКТОР GUIDE
«ЭЛИТНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»

ДОМ ПО ИМЕНИ

«Это какой Смольный? Институт благородных девиц?» — «Смольный, он один». Этот диалог из известного сериала сегодня безнадежно устарел. О прежних благородных девицах уже никто и не вспомнит, да и Смольных теперь несколько — например, в названиях разных жилых комплексов. Любят девелоперы и прилагательное «невский»: Невский стиль, проект, дуэт, район и просто «Невский». Звучит вполне брутально. Чуть меньше повезло «петербургскому» и «петроградскому», а «финский» отодвинулся от государственной границы подальше и прижился в названиях поселков в Подмоскowie. Как ни странно, под Москвой обосновалась и «Фонтанка». А вот «Золотые купола» — совсем не в столице, а у нас, во Всеволожском районе.

Специалисты в области рекламы и продвижения отмечают, что называть дом по улице и номеру несовременно. Оказывается, Мойка, 12, Пушкинская, 10, или Петровка, 38, — уже ретро. Зато в тренде «Пушкин House», «Патриарх Холл», «Соколин форт» и даже «Осиное гнездо» (есть такой загородный комплекс отдыха). Появилось понятие нейминга (от английского — «имя») — искусство создавать звучные названия, претендующие стать брендами. Дескать, как корабль назовешь, так он и поплывет. И если в жилом комплексе «Алые паруса» еще можно почувствовать себя трепетной Ассоль, то что ощущает житель дома под названием «Торнадо» или «Вихрь», можно только догадываться.

По мнению экспертов, «имя очень важно для жилого комплекса элитного класса и в меньшей степени для бизнес-класса». Конкретное имя ассоциируется с уникальностью предложения и продвигает продажи. И этот маркетинговый ход, безусловно, играет свою роль. Особенно в условиях, когда участков для нового строительства в историческом центре не осталось. Но для «золотого треугольника» место можно найти всегда.

На самом деле, подсчитать, как коррелирует название жилого комплекса с продажами квартир в нем, вряд ли возможно. Существует еще один ход — называть дома по имени домовладельца, как раньше: например, доходный дом Толстого. Или особняк Юсупова. Тут какую фамилию ни подставь, все звучит неплохо.

ПЕРВЫЙ ЭТАЖ ПРЕМИАЛЬНОГО КЛАССА

МАГАЗИНЫ, ОФИСЫ И СЕРВИСНЫЕ ОБЪЕКТЫ НА ТЕРРИТОРИИ ЭЛИТНЫХ КОМПЛЕКСОВ МОГУТ РАБОТАТЬ НА ВНЕШНЮЮ АУДИТОРИЮ, НО ПРОХОДИМОСТЬ У НИХ ДОЛЖНА БЫТЬ НЕ СЛИШКОМ ВЫСОКАЯ, ПОЛАГАЮТ ЭКСПЕРТЫ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Помещения под дополнительную социальную и коммерческую инфраструктуру запроектированы практически в каждом объекте недвижимости премиального класса в Петербурге. Аренда чаще всего предлагается во встроенных помещениях, в основном это первые-вторые этажи домов, в которых элитные дорогостоящие квартиры не востребованы.

БАССЕЙН НЕ ПО КАРМАНУ Пять-семь лет назад в Петербурге, а в Москве еще раньше, было очень популярно отдавать весь первый этаж элитного жилого комплекса жителям в качестве мест общего пользования. На этих площадях размещались бассейны, салоны красоты, тренажерные залы. При этом стоимость обслуживания всех этих благ была очень высока. Несмотря на то, что в таких домах проживают не самые бедные люди, не все они пользуются подобной инфраструктурой. Позднее жильцы многих комплексов стали отказываться от «эксклюзивного» посещения, открывая доступ к инфраструктуре для всех желающих, а полученные средства становились общим доходом жилого комплекса. В других случаях такие объекты сдавались в аренду сторонней компании.

Таким образом, популярной эта практика не стала — не все жители элитного дома могут и хотят содержать за свой счет эти объекты. Тем не менее проекты с общедолевой инфраструктурой продолжают возникать, так как некоторый спрос на нее все же есть. Хотя не каждый элитный объект, в силу своего объема, может иметь полноценный 25-метровый бассейн со всем сопутствующим: спортзалами, сауной, массажными кабинетами.

По подсчетам агентства недвижимости «Итака», приблизительно в 40% строящихся домах бизнес- и элит-класса присутствуют встроенные помещения для сдачи в аренду (и для продажи). Жильцы таких домов ради безопасности стремятся к закрытию придомовой территории от посторонних. Поэтому застройщики зачастую обустраивают отдельные входы и парковки для посетителей коммерческих помещений. По той же причине застройщики с большой тщательностью подходят к выбору арендаторов. В первую очередь учитываются потребности самих жильцов.

АДЕКВАТНЫЕ АРЕНДАТОРЫ Андрей Ильичев, коммерческий директор ГК «Пионер», направление «Санкт-Петербург», считает, что наиболее адекватными соседями с премиальной жилой недвижимостью являются салоны красоты, бутики, дизайнерские бюро, мебельные салоны, офисы с малым клиентским потоком. «По продуктовым магазинам и ресторанам у клиентов двойственное мнение: с одной стороны, это должно быть поблизости, с другой — из-за возможного шума и по-



В ЭЛИТНЫХ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСАХ И МАГАЗИНЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ОСОБЕННЫМИ

сторонних запахов такие места не должны располагаться непосредственно в их доме», — говорит Андрей Ильичев.

Екатерина Гуртовая, директор по маркетингу компании «ЮИТ Санкт-Петербург», более категорична: «Что касается размещения на первых этажах элитного дома какого-нибудь универсама, парикмахерской или столовой, то это из разряда фантастики».

«Так как в большинстве случаев дома премиум-класса позиционируются как клубные — довольно автономные и одновременно максимально комфортные для жизни, то инфраструктура имеет важнейшее значение и структура арендаторов планируется заранее. Чаще всего элитный дом предполагает, с одной стороны, наличие базовой социальной инфраструктуры (детский сад, магазин товаров первой необходимости, отделение банка), а с другой — предоставление эксклюзивных услуг, — говорит Юха Вяккото, генеральный директор ЗАО «Лемминкяйнен Рус». — Для соответствия категории объекта базовая инфраструктура в основном представлена в сегменте люкс: например, это могут быть небольшие

супермаркеты и продуктовые магазины премиум-класса. Ее дополняют бутики, фитнес-центры, салоны красоты, кафе и рестораны соответствующего уровня. С каждым годом инфраструктура премиальных домов совершенствуется, появляются новые услуги, например, пункт хранения меховых изделий с климат-контролем, спа-салоны. Нередки случаи предоставления в аренду помещений под офисы. В ряде домов коммерческие площади изначально выкупаются либо арендуются собственниками квартир, которые размещают там свои офисы».

БЕЗ МАГАЗИНОВ Впрочем, Анна Калинина, руководитель отдела элитной жилой недвижимости Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, говорит, что на петербургском рынке есть примеры элитных домов, где помещения в аренду не предусмотрены в принципе. Это, например, ЖК «Венеция», также ряд других закрытых домов на Крестовском острове. «Кроме того, из-за невысокого уровня посещаемости не все компании и учреждения могут добиться в этом сегменте коммерческих успехов. Но есть и другие примеры. → 16