

Четверг, 25 сентября 2014 №173  
(№5446 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 КОМПАНИЯ RBI

**LEGENDA**  
INTELLIGENT  
DEVELOPMENT

ПАРТНЕР ВЫПУСКА ООО «ЛЕГЕНДА»

РЕКЛАМА  
ООО «НОВГОРОДСКАЯ»

РЕКЛАМА





ЕЛЕНА ФЕДОТОВА,  
РЕДАКТОР GUIDE «ТЕРРИТОРИЯ КОМФОРТА»

ЛУЧШЕ, ЧЕМ ВЧЕРА

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

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

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

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

# ЖИТЬ ПО СВОЕМУ СТАНДАРТУ

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

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

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

КОНЦЕПЦИЯ КАК ПРЕИМУЩЕСТВО

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

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



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

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

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

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

ВЫСОКАЯ ГОТОВНОСТЬ — ВЫСОКАЯ НАДЕЖНОСТЬ

## ВЫСОКАЯ АРХИТЕКТУРА ОТ RbI

### ИЗЫСКАННЫЙ

ДОМ С ФРАНЦУЗСКИМИ  
БАЛКОНАМИ  
(54 КВАРТИРЫ)



**Новелла**  
Дом на Черной речке  
УЛ. САВУШКИНА, 7

СДАЧА 2014 г.

### ПЕРВЫЙ

ДОМ ЛЕГЕНДАРНОГО  
ИСПАНСКОГО АРХИТЕКТОРА  
РИКАРДО БОФИЛЛА  
В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ



  
**АЛЕКСАНДРИЯ**  
ЭЛИТНЫЙ ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС  
НОВГОРОДСКАЯ УЛ. 23

ДОМ СДАН

### ПЕТЕРБУРГСКИЙ

СТИЛЬ В СОВРЕМЕННОМ  
ПРОЧТЕНИИ



**Собрание**  
ДОМ БЛАГОРОДНЫХ СЕМЕЙСТВ  
Большая Посадская, 12

СДАЧА 2014 г.

## СКИДКИ ДО 14%\*

**RbI**  
*The art of real estate®*

**320-76-76**

[rbi.ru](http://rbi.ru)

**ХОЛДИНГ RbI**  
основан в 1993 г.

Реклама. ООО «Денген» ООО «Прайм-инвестмент». СРО № 0006-2009-7825005179-С-3 от 11.02.2010 г. \*Акция действует до 30.09.14 и распространяется на объекты: «Александрия» (4-5 комнатные квартиры, расположенные на 11-12 этажах) и «Собрание» (квартиры типов 3-3 (5-й подъезд) и 1-3В (4-й подъезд)). Предложение по акции не суммируется с другими скидками и спец.предложениями. Проектные декларации и подробности акции на сайте [www.rbi.ru](http://www.rbi.ru)



18 → «Рынок жилья сегодня достаточно конкурентен, поэтому чтобы твой продукт был востребован, необходимо отвечать требованиям клиента, а где-то идти и вперед. Прорабатывая стилистику ЖК „Граффити“ в Санкт-Петербурге, мы провели конкурс на графические изображения, которые будут воплощены на фасадах жилых домов. Кроме того, проектом предусмотрены сквозные входные группы, в которых присутствуют места и для консьержа, и для хранения колясок и велосипедов, и комната для мытья лап домашних питомцев, обуви и колес. Через входные группы можно попасть как на улицу, на которой расположены парковочные места, входы в офисные и коммерческие помещения, так и во внутренний просторный двор дома, полностью изолированный от внешнего мира, где нет возможности для проезда автомобилей», — говорит исполнительный директор ЗАО «Ойкумена» Роман Мирошников.

**МАРКЕТИНГОВЫЕ УЛОВКИ** Сегодняшние стандарты — это больше маркетинговый ход, позволяющий выгодно преподнести конкурентные преимущества конкретного жилого комплекса, уверен Алексей Гусев, коммерческий директор ООО «Главстрой-СПб». «Единых требо-

ваний к созданию „комфортной среды проживания“ в петербургских проектах сегодня нет — ни среди девелоперов, ни на законодательном уровне. Застройщики видят, что на фоне усиливающейся конкуренции востребованы проекты с развитой инфраструктурой, рациональными планировками и продуманными общественными пространствами. Поэтому они стараются быть более ориентированными на ожидания своих клиентов как на этапе создания продукта, так и после завершения проекта — при эксплуатации жилого комплекса. Но говорить о том, что фактор комфортности проживания оказывает решающее влияние на выбор покупателя и становится основным конкурентным преимуществом, преждевременно», — говорит эксперт.

По мнению участников рынка, доля проектов, которые действительно несут какую-то идею и имеют задатки качественно проработанной среды, составляет не более 15% от общего объема. Сегодня рынок направлен на минимизацию стоимости предложения и цены квадратного метра. Этого требует основной объем потребительского спроса. Соответственно, застройщики должны предоставлять необходимые и достаточные функции — качественное жилье, но без излишеств, за

которые массовый покупатель заплатить не может. Основным конкурентным преимуществом остается цена.

Придумать и задать стандарты несложно, поэтому главный вопрос, как девелоперы в дальнейшем будут соблюдать свои обещания. Пока, по мнению экспертов, оценить, насколько реальность соответствует обещаниям, сложно. «Мне кажется, что крупные застройщики могут их соблюдать при благоустройстве дворов, проведении мероприятий для жителей комплекса. Соблюдение стандартов жизни — это элементы малобюджетного маркетинга, которые доступны каждому застройщику, и я считаю, что с ними нужно обязательно работать. Украшать подъезды перед Новым годом, высаживать цветы весной, проводить конкурсы в честь дня семьи и многое другое», — уверена госпожа Лепехина.

По мнению Олега Пашина, генерального директора ООО «ЦРП „Петербургская недвижимость“», соблюдение заявленных стандартов в первую очередь важно самому девелоперу, все это работает на его репутацию и бренд. «Кроме того, в крупных проектах, когда продажи жилья осуществляются поэтапно на протяжении нескольких лет, качество проекта и непо-

средственно строительства, выполнение застройщиком всех своих обещаний способствуют увеличению доверия к проекту, лояльности к девелоперу и в конечном итоге — поддержанию продаж на высоком уровне», — считает он.

С этим согласна Екатерина Немченко, директор департамента жилой недвижимости компании Knight Frank St. Petersburg: «Всевозможные стандарты строительства, комфорта, качества, которые заявляют застройщики, являются в первую очередь маркетинговой стратегией и разрабатываются для того, чтобы, с одной стороны, выделить и систематизировать индивидуальные особенности домов и проектов этого застройщика, а с другой стороны — подчеркнуть конкурентные преимущества продукта. В конечном итоге стандартизация облегчает способы продвижения и дает существенную экономию и при разработке проектов, и в рекламном бюджете продвижения. Исключается необходимость каждый раз рассказывать о характеристиках отдельного проекта. В этом случае построенные объекты становятся своего рода визуализацией этих стандартов. Соблюдение заявленных стандартов лежит на совести самого застройщика». ■

# HANDMADE IN GERMANY В ПЕТЕРБУРГЕ

## ДО 29 СЕНТЯБРЯ ЕЩЕ МОЖНО УСПЕТЬ НА МЕЖДУНАРОДНУЮ ВЫСТАВКУ-ТУРНЕ HANDMADE IN GERMANY. ОБЪЕКТЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА, ВЫПОЛНЕННЫЕ ВРУЧНУЮ НА НЕМЕЦКИХ МАНУФАКТУРАХ, ПРЕДСТАВЛЕНЫ В ПЕТРИКИРХЕ — ЛЮТЕРАНСКОЙ ЦЕРКВИ СВЯТЫХ ПЕТРА И ПАВЛА НА НЕВСКОМ ПРОСПЕКТЕ. ЗОСЯ ПАШКОВСКАЯ

Кругосветное путешествие выставки современного дизайна Handmade in Germany началось с Петербурга. Экспозиция представляет продукцию более 100 ведущих немецких мануфактур. В выставке принимают участие всемирно признанные производители продукции класса люкс, известные мануфактуры, мастера и художественные мастерские. Среди них Konigliche Porzellan Manufaktur Berlin, Furstenberg, Nymphenburg, Gipsformerei der Staatlichen Museen zu Berlin, модельер Frank Leder, модистка Fiona Bennett и другие.

Выставочное турне будет проходить не один год, оно рассчитано на несколько лет. Из Берлина в Санкт-Петербург, через Азию и Америку на Средний Восток, а потом обратно в Европу — маршрут пройдет через 15 городов мира. После Северной столицы коллекция отправится в Гонконг, Тайбэй, Абу-Даби, Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Торонто.

Передвижную выставку организовали два человека, основатели культурного центра Direktorenhaus в Берлине: Паскаль Йохансен — галерист, куратор, издатель альманаха Objects. Journal of Applied Arts, инициатор организации по сохранению и защите региональных мануфактур Deutsche Manufakturenstrasse, и культуровед Катя Кляйсс — руководитель международного фестиваля современной графики и иллюстрации Illustrative, консультант по искусству международных фирм, соиздатель журнала Objects. Journal of Applied



ДИЗАЙНЕРСКИЕ ОБЪЕКТЫ РУЧНОЙ РАБОТЫ, МАНУФАКТУРА LUTZ KONECKE

Arts, руководитель проекта социального дизайна, привлекающего гражданское общество при частной застройке общественного пространства города.

Цель Handmade in Germany — наглядно показать ценность высокого качества ручной работы и перспективу развития ремесла в эпоху массовой продукции и глобализации. А идея путешествия родилась из исконно немецкой традиции странствования ремесленников, которую можно сравнить с образовательной идеей

путешествия европейской аристократии. После окончания обучения подмастерье отправлялся в странствие, чтобы усовершенствовать свое мастерство. (Эта немецкая традиция существует и по сей день.) Во время своего путешествия по городам и весям ремесленник носил традиционный рабочий костюм, обозначая свою принадлежность к той или иной гильдии.

По мнению специалистов, немецкое ремесло и сегодня остается под влиянием таких художественных движений,

как Веркбунд и Баухауз. Handmade in Germany старается продемонстрировать творческий потенциал ремесленнических производств, продукция которых является не просто товаром, а изделиями уникальной ценности. Организаторы выставки уверены в том, что вещи являются важной составляющей мира и влияют не только на качество жизни, но и на воспитание, взгляды и суждения людей. Среди экспонатов — объекты, которые можно увидеть в ведущих немецких музеях, в государственных и частных коллекциях. Представлены как инновационные, уникальные дизайнерские изделия, разработанные именитыми и премированными немецкими художниками, так и отдельные художественно-ремесленнические произведения. Выставочное действо включает и дегустацию продуктов новой кулинарной культуры Германии.

Выставка Handmade in Germany показывает, что в контексте глобальных изменений небольшие мануфактуры могут стать альтернативой стандартным экономическим бизнес-моделям. Для мануфактурных предприятий характерны близкие отношения с клиентами, четкая структура, местное и региональное снабжение, экологическая ответственность. Важным аспектом выставки является обмен опытом специалистов из разных отраслей, возможность знакомства и сотрудничества между немецкими и международными производителями, дизайнерами, посредниками и учеными. ■

# СПРОС НА КЛАССИКУ

## ЧТО СЕГОДНЯ ЯВЛЯЕТСЯ ПРИЗНАКАМИ ЭЛИТНОГО ДОМА — ЦЕНА, КАЧЕСТВО И НЕПРЕМЕННО ОРДЕРНАЯ СИСТЕМА? О ТЕНДЕНЦИЯХ НА РЫНКЕ ЖИЛЬЯ БИЗНЕС-КЛАССА РАССКАЗЫВАЕТ ДИРЕКТОР УПРАВЛЕНИЯ АНАЛИТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА КОМПАНИИ RVI ВЕРА СЕРЕЖИНА. СВЕТЛАНА ХАМАТОВА

**GUIDE:** Как сложилась в этом году ценовая ситуация на рынке дорогого жилья?

**ВЕРА СЕРЕЖИНА:** Средняя цена качественного бизнес-класса от надежного застройщика колеблется на уровне 140–220 тыс. рублей за квадратный метр. Для сравнения: в новостройках комфорт-класса квадратный метр стоит 110–140 тыс. рублей. Если говорить об элитных домах с выигрышной локацией, то стоимость квадратного метра будет в границах 250–300 тыс. рублей. Люксовые предложения могут быть оценены более чем в 400 тыс. рублей за «квадрат».

**G:** Местоположение, за которое клиенты согласны доплачивать, по-прежнему только центр?

**В. С.:** Востребованы дома в районе станции метро «Чернышевская», в Петроградском районе — неподалеку от станции метро «Горьковская», вдоль Каменноостровского проспекта. Однако появляются новые интересные локации с отличными видовыми характеристиками, где видеть бизнес-класс уже привычно. Например, вдоль Черной речки, по Свердловской набережной — покупатели это уже оценили.

**G:** Можно ли говорить о каком-то всплеске интереса к недвижимости в связи с экономической и политической обстановкой?

**В. С.:** Мы фиксируем неравномерный интерес. Ярко выраженным он был, пожалуй, в начале года, но преимущественно в сегменте массового строительства, где люди пытались таким образом защитить свои сбережения. Что касается бизнес-класса и элиты, их реже рассматривают как инвестиционные объекты. Такие квартиры приобретают для собственного проживания, иногда впрямую для подрастающих детей.

**G:** Что же покупатели элитного жилья хотят получить за свои деньги сегодня?

**В. С.:** К сегодняшнему моменту рынок пережил несколько этапов. На первом главенствовала локация. Не имели большого значения качество, инфраструктура и архитектура — важно, что в центре! Потом был этап гигантомании — огром-

ные квартиры, просторные места общего пользования. Сейчас, как мы видим, запросы потребителя более сбалансированы — сократилась общая площадь квартир, возник больший интерес к концепции проекта и ее выражению в архитектуре дома и оформлении придомовой территории. Возьмем жилье бизнес-класса. Если раньше там активно продавались квартиры площадью 100 кв. м, теперь — 85. Площадь трехкомнатной квартиры — 90–120 кв. м, четырехкомнатной — 150 кв. м. Место стали использовать более экономично, чему способствуют выверенные до сантиметра планировочные решения, так что просторные гардеробные и санузлы, включая гостевые, никуда не делись.

**G:** Кстати, по поводу планировок: насколько популярны так называемые европланировки? Совмещение кухни и обеденной зоны, скажем?

**В. С.:** Если три года назад ими интересовались 20–30% клиентов, то сейчас примерно 50% позитивно оценивают такое общее пространство для семьи. За границей это уже стандарт, но у нас остается много поклонников традиционных планировок, в них есть свои плюсы и атмосфера. Далее, говоря о пожеланиях клиентов, нужно отметить целый блок «по умолчанию» — это качественная инженерия: современные лифты, освещение, вентиляция. Застройщики выбирают то, что уже проверено в эксплуатации. Если стеклопакеты, то деревянные, если трубы, то металлопластиковые, словом, зарекомендовавшие себя материалы, технологии, решения, потому что если через несколько лет начнутся проблемы, это отрицательно повлияет на репутацию застройщика. Ведь основной посыл таков: элитное жилье — это надолго, это надежно.

**G:** К архитектурным решениям предъявляют много претензий?

**В. С.:** Мы прошли период, который сейчас называем «эпоха стекла и бетона». Теперь покупателей привлекает неоклассика, в особенности петербургская. Так,



дом благородных семейств «Собрание», который RVI строит на улице Большая Посадская, 12, перекликается со старинными домами Каменноостровского проспекта. Он на своем месте, в своей среде. Он украшает это место, а не нарушает сложившийся облик. Разумеется, «Собрание» — это не реплика неоклассических архитектурных объектов, а их развитие. Для зарубежных архитекторов дома в петербургском стиле — это эталон, образец, конечно же, нашим клиентам хочется похвастаться не современной, даже экстремальной «коробкой», а домом, построенным в лучших петербургских традициях.

**G:** Не будет ли это скучным — одна только классика?

**В. С.:** На самом деле, классика многогранна — и это важно, потому что покупатели элитных квартир категорически не хотят, чтобы их дома походили на какие-то другие новостройки. Поэтому наши архитекторы ищут свежие решения — и находят их! Например, проект «Четыре горизонта» — это жилой комплекс на Свердловской

набережной. Он перекликается с памятниками кирпичной архитектуры конца XIX — начала XX века, в основном, это были промышленные объекты, распространенные на правом берегу Невы. Такого в городе еще нет, зато есть люди, которые ждали как раз такого архитектурного решения для своего дома — уникального, выделяющегося, колоритного и в то же время современного и украшающего набережную.

**G:** Как вы думаете, надолго ли классика утвердилось на рынке?

**В. С.:** Я думаю, что, безусловно, будут появляться новые смелые проекты, в том числе и при содействии иностранных архитекторов, но вряд ли это произойдет на Невском проспекте или вообще в границах «золотого треугольника». Тем не менее время новизны придет с освоением территорий других, не только центральных районов. Девелоперы идут навстречу пожеланиям покупателей, поэтому иные решения и объекты появятся тогда, когда запрос на классику будет полностью удовлетворен. ■

### О КИРПИЧНОЙ АРХИТЕКТУРЕ

Владимир Григорьев, директор архитектурного бюро «Григорьев и партнеры»: «В работе над комплексом „Четыре горизонта“, который строит RVI на Свердловской набережной, мы с главным архитектором проекта Аркадием Дорофеевым действительно вдохновлялись исторической кирпичной застройкой правого берега Невы. Кирпичная архитектура в конце XIX века была популярна не только в Петербурге, в России, но и в Америке — можно вспомнить Чикагскую школу, и в Европе. В этом проекте нужно было учесть также объект культурного наследия — водонапорную башню архитекторов фон Генрихсена и Шауба. После консультаций мы решили сделать высотный акцент — такую ложную доминанту — для Пискаревского проспекта. Тема шпилей, башен свойственна Санкт-Петербургу, а мы старались не нарушать градостроительную традицию. Что до того, возникнут ли похожие проекты в ближайшем будущем, — нет, мы стараемся не копировать самих себя и кого-то. Однако использование кирпича как материала вполне возможно. Тем более что за границей сейчас клинкерный кирпич, хотя это и не дешевый материал, широко применяется в строительстве, это считается хорошим тоном. В данном случае новое — хорошо забытое старое».



# МЕСТА С СОМНИТЕЛЬНЫМ ПРОШЛЫМ ДЕФИЦИТ

## ЗЕМЛИ ЗАСТАВЛЯЕТ ДЕВЕЛОПЕРОВ ИСКАТЬ ТЕРРИТОРИИ ПОД ЗАСТРОЙКУ В САМЫХ НЕОЖИДАННЫХ МЕСТАХ. И НОВЫЕ КВАРТАЛЫ ТЕПЕРЬ ВЫРАСТАЮТ НА МЕСТЕ И БЫВШИХ СВАЛОК, И ВРЕДНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРОИЗВОДСТВ, И РЯДОМ С ТРАНСПОРТНЫМИ УЗЛАМИ. НО НЕГАТИВНАЯ ИСТОРИЯ МЕСТА НЕ ВЛИЯЕТ НИ НА СКОРОСТЬ ПРОДАЖИ ЖИЛЬЯ, НИ НА ЕГО ЦЕНУ.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Уже много лет в Санкт-Петербурге идет редевелопмент территорий вредных промышленных производств. Ведь зачастую они сконцентрированы в местах, представляющих интерес для застройщиков элитной недвижимости. Но несмотря на неблагоприятную экологическую ситуацию, цена квадратного метра в объектах элитного сегмента не снижается, уверяет Юлия Барахтина, директор АН «Бекар».

Аналогична ситуация и с мусорными полигонами. Часть Приморского района некогда занимала свалка бытового мусора. Однако прошлое района не влияет на мнение покупателей качественной жилой недвижимости в новостройках и не влияет на ее стоимость.

«Снижение стоимости квартиры на десять-пятнадцать процентов имеет место в случаях соседства с действующими свалками отходов и заводами. Оно также затрудняет и снижает скорость продажи такой недвижимости», — поясняет госпожа Барахтина. Например, существуют дома, во дворе которых находятся выходы вентиляционных коллекторов, из-за которых распространяется неприятный запах. Это весьма усложняет продажу жилья, поскольку при осмотре объекта потенциальным покупателем такой недостаток становится очевиден.

**САМОЛЕТЫ, ПОЕЗДА** Что касается зоны аэропорта, то цены на жилье там в принципе ниже, поскольку такие районы удалены от основной части города. Наиболее заметна близость к аэропорту в округе «Сосновая поляна». Из-за нахождения в зоне траектории взлета и посадки самолетов, стоимость объектов жилой недвижимости снижается на несколько процентов, считает госпожа Барахтина. Впрочем, Юлия Жалеева, руководитель отдела маркетинга и продаж проекта «Триумф Парк», не согласна: «Хорошим примером в данном случае является наш жилой экомплекс „Триумф Парк“. До аэропорта можно добраться за десять минут, железнодорожная станция находится в нескольких километрах, а наши покупатели рассматривают эти факты только с точки зрения удобства местоположения дома. Квартиры приобретают и сотрудники аэропорта, и люди, которые работают в многочисленных офисных и торговых центрах, расположенных вокруг нашего комплекса. Разумеется, много у нас покупателей и из других районов города. Соседний участок ранее занимал завод „Самсон“. Сейчас эти земли предназначены в том числе под жилую застройку. Несколько участков уже выкуплены крупными компаниями. Так что скоро мы обзаведемся достойными соседями, и я не сомневаюсь, что и у них не будет проблем со спросом».

Альбина Ямалетдинова, управляющий партнер ГК Rusland SP, добавляет: «Для снижения шумового воздействия рядом с



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

НА ХЕРСОНСКОЙ УЛИЦЕ ВЛАДЕЛЬЦЫ НЕДВИЖИМОСТИ УТВЕРЖДАЮТ СВОИ СТАНДАРТЫ

действующими железнодорожными ветками или крупными автомагистралями устанавливаются специальные шумозащитные экраны».

### «РАЗРЕШАЮ — ЭТО ЗНАЧИТ МОЖНО»

«По сути, если разрешение на строительство жилых и социальных объектов получено, это означает, что здоровью будущих жителей ничего не угрожает. С помощью грамотной политики продвижения товара на рынке негативный шлейф можно как скрыть, так и провести разъяснительные мероприятия для особо требовательных покупателей. В каждом конкретном случае в конкретной локации необходимо выбирать конкретные инструменты продвижения, и не всегда это будет ценовая политика», — уверена Альбина Ямалетдинова.

Юлия Жалеева говорит, что прежде чем начать строительство на месте, например, бывшего производства, девелопер проводит достаточно большое количество мероприятий по подготовке участка к строительству. «Последствия „вредной истории“ уничтожаются полностью. Если же говорить о таких объектах, как аэропорт и железная дорога, то вплотную к ним строить жилье никто не разрешит — у них есть охранный зона и определенные нормативы, обязательные к соблюдению при строительстве жилья поблизости», — уверяет она.

Альбина Ямалетдинова добавляет: «Вокруг промышленных производств, свалок, аэропортов, железной дороги и прочих объектов, являющихся источниками не-

гативного влияния на здоровье человека, устанавливаются санитарно-защитные зоны. В зависимости от класса опасности предприятия размер санитарно-защитной зоны может достигать тысячи метров. То есть на расстоянии до одного километра нельзя размещать соцобъекты и жилье без выполнения мероприятий по снижению вредного воздействия таких зон».

**ЗАБЫТЬ ПРОШЛОЕ** Генеральный директор ГК «Эталон» Антон Евдокимов считает, что спрос на квартиры в объектах, которые возводятся в рамках проекта редевелопмента территории, ничуть не меньше, чем на жилье, построенное на обычных участках.

### ПО «ЗЕЛЕНЫМ» СТАНДАРТАМ

Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ готовит предложения по принятию обязательных экологических требований к объектам недвижимости, сообщил заместитель начальника отдела экономики градостроительной деятельности, развития строительного комплекса и промышленных материалов Минстроя РФ Владимир Маринин.

«Сейчас готовятся предложения по разработке и внедрению обязательных для исполнения экологических требований. В первую очередь речь идет об объектах недвижимости, которые строятся за счет бюджета», — сказал Владимир Маринин журналистам на прошедшей недавно международной выставке недвижимости ProEstate. По его словам, таким образом планируется значительно увеличить объем строительства зданий и сооружений, построенных с применением норм «зеленого» строительства.

Ранее руководитель департамента градостроительной политики Москвы Сергей Левкин заявил, что считает необходимым более активное внедрение технологий «зеленого строительства» на социальных объектах. «Здание, построенное по „зеленым технологиям“, позволяет экономить 35–40 процентов водных и энергетических ресурсов. Зарубежный опыт показывает, что строительство зданий по „зеленым“ стандартам обходится на 5–7 процентов дороже, но при эксплуатации обеспечивает экономию водных и энергетических ресурсов на 35–40 процентов, значительно повышает комфортность среды обитания и социальную привлекательность объектов», — отметил Сергей Левкин.

«Интерфакс-Недвижимость»  
www.interfax.ru/realty





АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

СНАРУЖИ ПОМЕЩЕНИЯ В ЦОКОЛЬНЫХ ЭТАЖАХ ВЫГЛЯДЯТ НЕ СЛИШКОМ РЕСПЕКТАБЕЛЬНО

Примерно с 60-х годов прошлого века СНиПы запрещают размещение жилых помещений в цокольных этажах. Но центр города строился раньше, поэтому квартиры в цоколе можно встретить довольно часто. Потребительские свойства такого жилья обычно невысоки, а вот под коммерческие цели эти этажи используются активно. Большинство цокольных помещений в историческом центре используются под склады, магазины, рестораны и бары,

офисы. В современных домах в них устраивают полузаглубленные паркинги, оборудуют велосипедные стоянки, колясочные и места для хранения крупногабаритных вещей, размещают общедомовые коммуникации и оборудование. «Есть примеры обустройства на цокольных этажах тренажерных залов и коммерческих помещений для сдачи в аренду», — говорит Светлана Денисова, начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент».

# ПОЛЬЗА ЦОКОЛЯ

## цокольным этажам находят рациональное применение при строительстве современных жилых комплексов

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент», считает, что ограниченное предложение таких объектов на рынке (особенно в центре города) и их выгодная локализация являются основными конкурентными преимуществами.

«Если такие помещения все-таки используются в качестве жилых, то только в формате недорогих апартаментов без прописки. У подобных помещений есть ряд очевидных минусов: сырость, недостаточная инсоляция и общая обзорность такой квартиры с улицы для посторонних глаз, возможны протечки воды от жильцов выше. Поэтому обычно цокольным этажам находят иное, более подходящее применение, — поясняет Екатерина Заволокина, руководитель проектов отдела стратегического консалтинга компании JLL в Санкт-Петербурге. — В качестве необычного примера можно привести проект «Дом вверх дном» — оригинальный музей, в котором возможно также устроить фотосессию. Такие помещения также иногда используются в качестве арт-галерей».

Михаил Рожко, директор департамента брокериджа NAI Bescar в Санкт-Петербурге, подсчитал, что объем коммерческих помещений в цоколе в Центральном районе занимает примерно

15–25% от общего объема коммерческих помещений. Объясняется это тем, что раньше цокольные помещения использовались не только для технических целей, но и как жилье или мастерские, поэтому в них есть окна и отдельные входы. В некоторых цоколях высота потолка превышает три метра, что также делает их интересными для коммерческого использования. «Цоколи очень популярны для размещения в них кафе, баров и клубов. В жилых домах в Центральном районе цоколи часто занимают языковые курсы, школы танцев или йоги. Для таких заведений снять помещение не в цоколе, а на полноценном этаже зачастую дорого», — говорит господин Рожко.

Роман Евстратов, партнер ГК Rusland SP, при этом отмечает: «Переоборудование цокольных помещений, особенно в историческом центре, дело довольно хлопотное. Часто они состоят из лабиринта несущих стен и инженерных коммуникаций, и организовать там сколько-нибудь подходящее для коммерческих функций пространство непросто. Есть и проблема подтоплений. Иногда для достижения приемлемых параметров необходимо наращивание высоты (углубление). Все это существенно удорожает проекты по сравнению с аналогами на первых этажах».



ГЛАВСТРОЙ-СПБ

КОМПЛЕКСНОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ



IV кв. 2014  
Ввод  
в эксплуатацию

### ПАНОРАМА 360

Новый городской квартал рядом с историческим центром Санкт-Петербурга.



5 минут  
пешком до  
м. БАЛТИЙСКАЯ



Виды на  
исторический  
центр города



Детский  
сад



Охраняемый  
подземный  
паркинг

Проектная декларация на сайте [panorama360spb.ru](http://panorama360spb.ru)



Квартиры с отделкой  
и без отделки

### СЕВЕРНАЯ ДОЛИНА

Жилой район на севере Санкт-Петербурга. 5 очередей введены в эксплуатацию.



5 минут  
пешком до  
м. ПАРНАС



Социальная  
и торговая  
инфраструктура



Шуваловский  
парк



Охраняемый  
подземный  
паркинг

Проектная декларация на сайте [sevdol.ru](http://sevdol.ru)



Прописка в  
Санкт-Петербурге

### ЮНТОЛОВО

Новая часть Приморского района Санкт-Петербурга.



Социальная  
и торговая  
инфраструктура



Все квартиры  
с отделкой



Малозатяжная  
жилая  
застройка



Юнтоловский  
заказник  
река Юнтоловка

Проектная декларация на сайте [yuntolovo-spb.ru](http://yuntolovo-spb.ru)

### Офис продаж

СПб, Финляндский пр., 4  
БЦ «Петровский форт», 2 эт. атриум  
Пн–Пт, 10:00–19:00

# 680-40-40

## glavstroi-spb.ru

Застройщик ООО «Главстрой-СПб», реклама





АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

ЭТОТ НЕБОЛЬШОЙ ОСОБНЯК ДЕМОНИСТРИРУЕТ, НАСКОЛЬКО ИЗЯЩНО МОЖЕТ БЫТЬ ЭКЛЕКТИКА



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

УКРАШЕНИЕ ФАСАДА ФАМИЛИЕЙ, А НЕ ФАМИЛЬНЫМ ГЕРБОМ ДЛЯ ПЕТЕРБУРГА ЯВЛЕНИЕ РЕДКОЕ

# ОСОБНЯК КОПЕЦ

ПРЯМО НАД ВХОДОМ В ИЗЯЩНОЕ ЗДАНИЕ НА МАЛОМ ПРОСПЕКТЕ ПЕТРОГРАДСКОЙ СТОРОНЫ, 7А, КРАСУЕТСЯ СЛОВО «КОПЕЦ». ОСОБЕННЫЙ СМЫСЛ ОНО ПРИОБРЕТАЕТ В СОСЕДСТВЕ С ВЫВЕСКОЙ РОСЕВРОБАНКА, ПЕТЕРБУРГСКИЙ ФИЛИАЛ КОТОРОГО СЕГОДНЯ РАСПОЛОЖИЛСЯ В ОСОБНЯКЕ.

СЕРГЕЙ КУТУМОВ

Говорят, банкиров словечко смущало, но счистить его с фасада КГИОП не разрешил — оно фрагмент фасада исторического особняка. Между тем это всего лишь фамилия одного из бывших владельцев этого дома. А их на своем веку особняк сменил немало.

**ДОМ ТУРЕЦКОГО ПОДДАННОГО** История здания полна противоречий и различных версий. По «Описанию улиц Санкт-Петербурга и фамилий домовладельцев в 1863 году», в 1862 году участок принадлежал господину Клипину. В петербургской «Всеобщей адресной книге» 1867–1868 годов значится только один Клипин, коллежский асессор, но имел ли он отношение к зданию на Малом проспекте, остается загадкой. Далее, в «Табели домов» Северной столицы от 1869 года в качестве владельца домов 7 и 9 указан некий Дылев — согласно «Всеобщей адресной книге», в граде Петра насчитывалось в ту пору шесть Дылевых. И ни один из них, похоже, не проживал в собственном доме.

Не ясно и то, как выглядел особняк в ту пору. По данным citywalls.ru, к 1873 году на этом участке стоял каменный одноэтажный дом «на жилом подвале и с жилым чердаком». Рядом — деревянный жилой флигель и сад. И именно в этом году, после вступления во владение особняком турецкого подданного Ахмета Тантави, здание было перестроено. На фасаде появились штукатурная отделка (в виде рустов — имитации кладки из крупных камней), пилястры (выступы стены в виде колонн) и фигурные наличники. Архитектор неизвестен. Однако, сайт gradpetra.net со ссылкой на вышедший в 2001 году справочник «Историческая застройка Санкт-

Петербурга» (перечень вновь выявленных объектов, представляющих историческую, культурную ценность) называет датой постройки здания 1863 год, возможным архитектором — академиком архитектуры, старшего архитектора при дворе великой княгини Елены Павловны Людвиг Бонштедта, не упоминая о перестройке дома в 1873-м. Но в биографии зодчего нет информации о его авторстве «особняка Копец».

Что касается турецкого подданного Ахмета Тантави — владельца дома, то принято (исключительно в силу редкости фамилии в наших северных широтах) считать его потомком шейха Мухаммеда Айяда Тантави, авторитетного специалиста по арабскому языку и литературе, приехавшего в Петербург по приглашению канцлера Нессельроде в 1840 году и возглавившего кафедру арабского языка и словесности в Петербургском университете.

**ЭНЕРГИЧНЫЕ БРАТЬЯ** После череды владельцев в 1900 году хозяевами будущего особняка Копец стали братья Феодосий и Иван Шаповаленко. Первым делом из квартиры под номером один были изгнаны арендовавшие помещения жрицы любви. Улучшив моральный климат, энергичные братья взялись за хозяйственные перестройки. Сам особняк был капитально отремонтирован. На участке, прилегаемом к дому, был построен еще один деревянный флигель и целый хозяйственный комплекс: прачечная, дровяной и каретный сараи, конюшня, ледник и коровник. В последнем, кстати, один из жильцов флигеля крестьянин Назарьин открыл молочную ферму.

И лишь в 1903 году (по другим источникам, в 1905-м) все это немалое хозяйство перешло в руки последней дореволюционной владелицы здания, давшей ему имя, — Анастасии Николаевны Копец (встречается в документах и написание «Копець», а на фасаде здания, как можно убедиться, и вовсе «Копец»). Доходы владелицы — члена правления Общества охраны здоровья женщин (под покровительством принцессы Евгении Ольденбургской) и мужа ее Якова Константиновича, в ту пору помощника начальника отдела заготовлений Главного управления кораблестроения и снабжений, хоть и позволили приобрести крупную недвижимость в центре столицы, но не давали возможности жить на широкую ногу. Супруги предпочитали обитать в казенной квартире в здании Адмиралтейства, полностью сдавая внаем свой жилой комплекс на Петроградской стороне. Лишь после вступления Якова Константиновича в должность директора правления Русского товарищества торговли металлом «Износков, Зуккау и Ко» супруги решительно взялись за модернизацию недвижимости. В 1909 году под руководством гражданского инженера Лежоева во дворе участка был построен доходный дом (сейчас под номером 7 по Малому проспекту Петроградской стороны, сам же «лицевой особняк», выходящий фасадом на проспект, числится за номером 7а). На фасаде особняка появились женские маски и, к радости грядущих поколений, фамилия «Копец». Кстати, украшение фасада фамилией, а не гербом для Петербурга явление редкое, если не сказать уникальное. Кроме того, был сооружен смещенный влево трехгранный эркер-фонарик, благодаря чему дом приобрел легкую асимметрию. Все эти изме-

нения позволяют сегодня историкам архитектуры отнести здание к построенным в стиле эклектики.

**«ХРИСТОС И СВОБОДА»** Послереволуционная судьба особняка Копец достаточно типична для своего времени. Печальную славу — в воспоминаниях и мемуарах тогдашней интеллигенции — приобрел стоявший во дворе доходный дом. Именно там, а не в «лицевом особняке», по мнению большинства петербурговедов, располагалась квартира архитектора Ксении Половцевой и ее гражданского мужа философа Александра Мейера. В этой квартире, начиная с 1917 года, по воскресеньям стали проходить встречи виднейших петербургских философов, религиоведов и культурологов, обсуждавших проблемы взаимодействия политики и религии. «Христос и свобода» — таким был девиз кружка «Воскресение». Деятельность видных интеллигентов не осталась незамеченной — в конце двадцатых годов прокатились первые аресты. Всего по делу прошли около двадцати человек. Среди них — историк и краевед Николай Анциферов, специалист по истории Ближнего и Среднего Востока и Византии Нина Пигулевская, культуролог Михаил Бахтин. Сам Мейер получил десять лет, Ксения Половцева была приговорена к семи годам.

В советское время и особняк, и доходный дом неотвратимо ветшали. Лишь в 2001 году особняк Копец был отнесен КГИОП к вновь выявленным объектам, представляющим историческую и культурную ценность. Доходный дом — когда-то часть комплекса — исторической ценности не представляет. Обычное жилое здание, значимое только для памяти потомков живших там питерских интеллигентов. ■



# ЕВГЕНИЙ ГЕРАСИМОВ: «ЛЮДИ ХОТЯТ ОЩУЩЕНИЯ МАСШТАБНОСТИ И ВЕЧНОСТИ»

ТРАДИЦИОННАЯ АРХИТЕКТУРА КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ СОВРЕМЕННОЙ — ЭТО АКТУАЛЬНО, ЕСЛИ РЕЧЬ ИДЕТ О ДОМАХ «КАК РАНЬШЕ», НО С НОВОЙ ИНЖЕНЕРНОЙ НАЧИНКОЙ, СОВРЕМЕННЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ, РАЗНООБРАЗНЫМИ УЛУЧШАЮЩИМИ АКЦЕНТАМИ: ЭТАЖНОСТЬ ВЫШЕ, ПЛАНИРОВКА СВОБОДНЕЕ. КАКИЕ РЕШЕНИЯ ИЩУТ СЕГОДНЯ ЗАКАЗЧИКИ И АРХИТЕКТОРЫ? СВОИМ МНЕНИЕМ ПОДЕЛИЛСЯ АРХИТЕКТОР ЕВГЕНИЙ ГЕРАСИМОВ. АННА ЧУРУКАЕВА

**GUIDE:** К традиционной архитектуре возвращается популярность. Ждать ли бума неоклассики?

**ЕВГЕНИЙ ГЕРАСИМОВ:** Сегодня мы имеем дело с плюрализмом во всем, архитектура — не исключение. Если два века назад в России и в Европе преобладал классицизм, а веком позже — модерн (другие его названия — югендстиль, ар нуво), то теперь господствующего стиля нет. При этом во всех странах архитекторы ведут свои творческие поиски в направлении неоклассицизма, и это довольно мощное движение. Например, в Англии оно объединяется вокруг принца Чарльза, известного апологета традиционной архитектуры.

Вообще, неоклассика — это разновидность традиционной архитектуры, она представляет собой переосмысление классической архитектуры Древней Греции и Древнего Рима. Раз в столетие к ней обращались великие архитекторы — Палладио, Росси, Иван Фомин — и вдыхали в нее новую жизнь. Возможно, это произойдет и в наше время. Конечно, работая с неоклассикой, архитектор неизбежно рискует столкнуться с мнением, что нельзя дважды войти в одну реку, что все создаваемое сегодня — это имитация и подделка. Но тогда и работы Кваренги следует считать подделкой под Палладио, а дома Ивана Фомина — имитацией творений Кваренги. Важен баланс реминисценций и современности.

Я уверен, что если провести опрос среди петербуржцев, то девять из десяти скажут, что с «симфонией стекла и бетона» давно пора заканчивать. И это тоже позиция, которую нельзя сбрасывать со счетов, потому что архитектура, на мой взгляд, — сфера услуг.

**Г:** Какое-то время назад много говорили о петербургском стиле и о перспективах его возрождения. Еще есть шансы?

**Е. Г.:** Не думаю, что это случится. Разве что единообразие «помогут» законодательно. В Иерусалиме, например, закон разрешает строить только из иерусалимского известняка. Можно по-разному обрабатывать камень, создавать современную архитектуру, но используя только этот светло-желтый природный материал. В результате город приобрел потрясающий внешний вид. Однако в Петербурге я бы не хотел подобного. Петербург — многоликий город, пусть в нем будут представлены все стили и направления. Важно качество.

**Г:** Говоря о качестве архитектуры: когда, наконец, в Петербург будут приезжать из-за границы, чтобы посмотреть новую архитектуру, как делают это ради Невского проспекта?



**Е. Г.:** До архитектурного туризма наш город, как и вся страна, еще не дорос. Архитектура Невского была в свое время на пике качества и моды. Хотя если посмотреть на ту же Гороховую, на ней стоят рядовые дома, далеко не шедевры. Иностранцам интересно увидеть уникальное явление — единообразие огромного центра Петербурга. Для того же, чтобы приехали смотреть новый дом в спальном районе, нужен вначале запрос общества на архитектурный шедевр. А такого запроса пока нет.

**Г:** Вы не раз говорили, что качество архитектурного проекта проверяется временем. Есть какие-то примерные сроки?

**Е. Г.:** Первое впечатление возникает, когда снимают строительные леса. Затем нужно пять-десять лет, чтобы впечатление «отстоялось», чтобы дом зажил: фасад покрылся пылью, на окна повесили занавески. А потом нужно еще столько же времени, если не больше. Дома быта, которые при рождении казались чудом архитектуры, сегодня презрительно называют «стекляшками» — прошло тридцать лет, и общество дало им такую нелестную оценку. Когда строили хрущевки, многие говорили: «Ура! Вот она, современная архитектура, современный быт!» И люди выкидывали резные буфеты красного

дерева и серванты на помойку, покупали стенки на тоненьких ножках, радиолы. Где это все? Этажерки оказались на помойке, а буфеты красного дерева продаются в антикварных магазинах очень дорого. И никому сейчас в голову не приходит презирать и ломать неоклассическую архитектуру сталинского периода — «сталинский ампир». Получается, что архитектура и предметы быта сталинской эпохи прошли проверку временем, а хрущевской — нет.

**Г:** Вы выбрали неоклассическую стилистику для проекта дома «Победы, 5» из этих соображений? Дом станет современным образцом настоящей, проверенной архитектуры?

**Е. Г.:** Важнейший компонент любого проекта — это его уместность. Где, как не на улице Победы, в самом сердце Московского района, могут быть уместными поиски сегодняшней трактовки неоклассики? Все в проекте «Победы, 5», который близок к завершению, будет понятно и близко сердцу петербуржца: система ярусов и ордерная система, классическая осевая симметрия, флорентийская мозаика и витражи из цветного стекла с геральдической тематикой. Двусветный парадный вестибюль украсит роскошная люстра из бронзы и хрусталя — она сей-

час на реставрации, ее чудом спасли из ДК имени Первой пятилетки, снесенного ради второй сцены Мариинского театра. Сегодня люди хотят ощущения масштабности и вечности. Они ищут характерные приметы классической архитектуры — большие окна, пространства, пропорции помещений, но только в новом качестве.

**Г:** Каким должно быть это качество — качество по-настоящему современного здания?

**Е. Г.:** Невозможно в XXI веке построить дом, который не был бы похож на дом XXI века. Мы говорим о традиционной архитектуре как направлении архитектуры современной. У нее есть соответствующие признаки — например этажность. В сталинское время не было таких технологий, чтобы массово строить четырнадцатизэтажные дома. Московские высотки — семь штук на всю страну. Современный дом «Победы, 5» — это навесной вентилируемый фасад, паркинг, пассажирские и автомобильные лифты, современные системы вентиляции, домофони, видеонаблюдения, освещения, дизайнерская мебель в стильном холле.

**Г:** А отделочные материалы должны быть классическими или современными?

**Е. Г.:** Для каждой конкретной задачи нужно использовать лучшее решение по соотношению «цена-качество», и неважно, будут ли это отечественные или зарубежные, искусственные или натуральные материалы. Но я не знаю лучшего материала для отделки дома, чем натуральный камень, и не думаю, что когда-нибудь будет изобретено что-то более совершенное. Да, керамограниты становятся все более качественными, но имитация все равно заметна. Поэтому дом на улице Победы мы решили делать из известняка: в отличие от гранита, он не имеет радиоактивного фона (на Западе, кстати, уже запрещено строить жилые здания из гранита). Добавьте сюда полированный гранит и мрамор разных пород на полу, турецкий травертин на стенах интерьера, дубовые двери с латунными ручками...

Когда к нам обратился застройщик — глава компании Legenda Василий Селиванов — с вопросом, готовы ли мы обсуждать проект дома в стиле неоклассики, мы ответили, что с удовольствием поработали бы, если бюджет стройки позволяет сделать действительно качественное здание. Нас не устроит дешевая имитация под сталинский ампир. И господин Селиванов тогда уверил меня, что бюджет позволяет и все будет сделано на высшем уровне. А качество — это именно то, что необходимо современной архитектуре сегодня, в особенности, если она планирует брать лучшее из архитектурного наследия. ■



# ЭЛИТНАЯ МЕБЕЛЬ УХОДИТ

## ПРОДАВЦЫ ЭЛИТНОЙ МЕБЕЛИ СОКРАЩАЮТ ЗАНИМАЕМЫЕ ПЛОЩАДИ. ОСНОВНОЙ СПРОС СМЕЩАЕТСЯ НА МЕБЕЛЬ В СЕГМЕНТЕ ОТ ЭКОНОМА ДО СРЕДНЕГО, ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ. ИМЕННО НА ЭТОТ РЫНОК В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ ПРИДУТ ПОКУПАТЕЛИ, КОТОРЫЕ АКТИВНО ПОКУПАЛИ ЖИЛЬЕ В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ.

ПАВЕЛ НИКИФОРОВ

В мае стало известно, что холдинг «Адамант», одним из направлений бизнеса которого является торговля элитной мебелью, собирается уйти с этого рынка. Для начала «Адамант» будет сдавать в аренду часть принадлежащих ему площадей в центре города (600 кв. м. из 4,8 тыс. кв. м). К этому компании подтолкнул кризис, сильно сказавшийся на доходах от торговли.

Как говорят эксперты, мебельный рынок падал весь прошлый год. Уменьшение его объемов оценивается примерно в 40%, в элитном секторе эта цифра еще больше. «Хотя в настоящее время ситуация на мебельном рынке стабилизируется, о выходе на докризисный уровень речи нет. Цены на элитную мебель в Москве и Петербурге были сильно завышены. Если сейчас эти цифры не будут серьезно скорректированы, многим компаниям придется свернуть бизнес. Свою роль играет и активное развитие совместного производства мебели на российских заводах. Люди предпочитают покупать отечественную мебель по западным эскизам, а не переплачивать в несколько раз за европейскую», — говорит эксперт компании «Развитие бизнес-систем» Александр Филимонов. Этот тренд подтверждает и директор УК Prior Development (управляет мебельным центром Mebelwood) Алексей Попов: «Становится больше мелких несетевых арендаторов, работающих в сегменте от эконома до среднего. Доля арендаторов премиум-класса снижается».

Как говорят эксперты, рынок элитной мебели так и не оправился от кризиса 2008 года. Именно из-за последствий кризиса ТЦ «Аура» на Лахтинском проспекте общей площадью 14,5 тыс. кв. м пришлось несколько раз менять концепцию. В первоначально заявленном формате — как специализированный центр дизайнерской мебели и предметов интерьера — «Аура» просто не смогла привлечь арендаторов. Также под «нож» кризиса попала концепция многофункционального комплекса «Толстой сквер». До реконцепции этот МФК общей площадью 25 тыс. кв. м представлял собой соединение проектов и пространств с различными функциями — здесь располагались бизнес-центр класса А, театр «Лицедеи», «Лейкин-клуб», зал торжеств и презентаций «Атриум», торговая галерея премиум-класса «Дом декора». Однако цены, по которым предлагались товары в торговой галерее, были слишком высоки — к примеру, диван в одном из магазинов стоил €60 тыс. В итоге из-за дорогих мебельных магазинов комплекс был полупустым.

Таким образом, рынок до конца не оправившийся от кризиса прошлого, достигло снижение продаж кризиса нынешнего. Но пустующие места займут продавцы, предлагающие товар более доступных категорий, в расчете на новых покупателей, которые приобрели квартиры на фоне строительного бума последних полутора лет. После того как квартиры будут сданы, их надо будет обставлять, ожидают владельцы крупных торговых центров, на долю которых приходится 60–65% продаж мебели в Петербурге.

«По оценкам наших маркетологов, обстановка однокомнатной квартиры обойдется в 150–200 тыс. рублей, двухкомнатной — в 220–250 тыс., трехкомнатной от 250 тыс. рублей. Таким образом, на приобретение обстановки для всего купленного нового жилья будет потрачено несколько миллиардов рублей», — подсчитал Алексей Попов. По его словам, покупателей мебели уже стало больше. «Летом наш комплекс посещали 35 тыс. человек в месяц. Но потоки растут. И в ближайшее время мы ждем их увеличения до 60–65 тыс. человек в месяц. Параллельно сокращается доля вакантных площадей в комплексе: с начала года она снизилась до двух процентов», — говорит господин Попов. «Мы рассчитываем увеличить продажи в 2015 году на пять-семь процентов и расширяем сеть», — делится планами руководитель отдела рекламы «Дом Лаверна Декор» Виктор Беспалов.

Как говорят эксперты, обычно между покупкой квартиры и ее меблировкой проходит около года. Приобретение мебели — это целевая покупка, которая обычно планируется заранее. При этом, по словам экспертов, 60–65% покупок приходится именно на специализированные мебельные центры. «Основная причина, по которой покупатель идет в мебельный центр, — есть возможность выбора по цене и по качеству продукции разных производителей. Поэтому чем больше площадь, тем больше такой центр интересен покупателям», — говорит Екатерина Лапина, директор департамента коммерческой недвижимости АРИН.

Сейчас большая часть качественных площадей мебельного ритейла в Петербурге приходится на специализированные мебельные гипермаркеты общей арендной площадью около 190 тыс. кв. м. По словам Екатерины Лапиной, большинство покупателей ориентировано на крупные мебельные центры в своем районе, как, например, Mebelwood в Невском районе или «Мебель City» в Приморском. ■



ДОРОГИЕ ПРЕДМЕТЫ ДОМАШНЕЙ ОБСТАНОВКИ ЧАСТО АССОЦИИРУЕТСЯ У ПОКУПАТЕЛЕЙ С АНТИКВАРИАТОМ И МЕБЕЛЬЮ «ПОД СТАРИНУ»

### НАТУРАЛЬНАЯ ОТДЕЛКА ОСТАЕТСЯ

Элитное жилье, несмотря на кризисы и валютные колебания, придерживается своих принципов, в частности, в отделке интерьеров квартир и общественных пространств. Как говорит Дарья Степанова, руководитель департамента дизайна интерьеров ООО «Ховард СПб», на современном рынке строительных и отделочных материалов под влиянием инноваций во всех сферах промышленности постоянно появляются новинки. «Чаще всего эти материалы композитные, то есть сочетающие в себе характеристики нескольких материалов, дающих простоту монтажа и ухода или снижение стоимости. Но не все эти материалы и компоненты натуральны. И тут извечный вопрос плюсов и минусов: получая оптимизацию цены и скорость производства, мы теряем экологичность, получаем внешний вид, лишь имитирующий натуральный материал. В тенденциях же отделки квартир именно элитного жилья сейчас, как и всегда, преобладает вопрос качества и натуральности материалов, — уверена госпожа Степанова. — Особенно в последние годы, когда на пике популярности стиль ар-деко, в котором один из основных законов — сочетание дорогих натуральных материалов, символизирующих шик и роскошь: серебро, экзотические породы дерева, натуральный камень, кость. Придерживаясь этого принципа, мы выбрали для отделки интерьеров нашего дома именно такие материалы: мрамор — для санузлов и холлов, массивную паркетную доску — для жилых комнат, а натуральная гипсовая лепнина подчеркивает стиль квартиры. В отделке мест общественного пользования — витражи, зеркала, мозаика, люстры из муранского стекла. Классика вечна, но именно в сочетании оригинального итальянского дизайна с безупречным качеством исполнения отделочных работ она может заиграть по-новому и подарить жильцам дома не просто ощущение долготности и долговечности, но и отличающие стиль ар-деко лоск, эффектность и шик».



# VENU — НОВЫЙ БРЕНД LIFESTYLE-ОТЕЛЕЙ

JUMEIRAH GROUP, МЕЖДУНАРОДНАЯ УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА И РОСКОШИ, ЧЛЕН DUBAI HOLDING, ОБЪЯВИЛА О ЗАПУСКЕ НОВОГО БРЕНДА LIFESTYLE-ОТЕЛЕЙ VENU. АЛЬБИНА САМОЙЛОВА

Новый бренд адресован путешественникам с динамичным и независимым стилем жизни. Разработка концепции и визуальной составляющей бренда VENU завершена, и Jumeirah Group начала переговоры с компанией-застройщиком из ОАЭ Meraas Holding. Первый отель VENU откроется на острове Bluewaters Island в Дубае. Остров также является новым амбициозным проектом, стоимостью в \$1,6 млрд, и его уже называют самым грандиозным сооружением человечества. Искусственный остров в водах Персидского залива будет представлять собой уникальный образец индустрии туризма и развлечений: здесь разместятся торговые, гостиничные и развлекательные комплексы, восточный базар, рестораны под открытым небом и самое большое в мире колесо обозрения под названием Dubai Eye диаметром в 210 метров. У подножия колеса будет заложена грандиозная площадь, которая станет местом проведения всевозможных мероприятий и обустройства развлекательной зоны. На колесе будет установлен большой жидкокристаллический экран. Все подготовительные работы уже завершены.

По мнению некоторых экспертов, проект Bluewaters может привлечь более трех миллионов посетителей ежегодно. В проект также входят соединяющая остров и материк дорога, канатная дорога, моно-

рельсовые системы, которые свяжут развлекательную зону с метрополитеном и пешеходный мост с береговой линией Jumeirah Beach Residence. Кроме развлекательных, торговых объектов и колеса обозрения, на острове Bluewaters Island планируется строить и жилую недвижимость.

Ключевым в концепции бренда VENU стал так называемый принцип «социального катализатора», что означает создание особого места с благоприятной атмосферой, способствующего непринужденному поведению людей и создающего чувство, что все их ждут и любят.

По поводу запуска бренда председатель правления Jumeirah Group Николас Клэйтон (Nicholas Clayton) заявил: «Для Jumeirah Group это поистине значимый момент — сейчас самое время запустить новый lifestyle-бренд. VENU неразрывно связан с Дубаем как местом происхождения, так и своей энергетикой, поэтому первые несколько отелей VENU появятся именно здесь. Мы уверены, что эти начальные шаги подготовят благоприятную почву, и в перспективе мы успешно выведем на международный рынок бренд, воплотивший всю сущность Дубая и вобравший черты его характера. Помимо этого, мы рассчитываем, что выбор от-

елей VENU будет происходить практически интуитивно, отвечать потребностям и превосходить ожидания современных искушенных путешественников».

Отвечать за подготовку к запуску бренда VENU в международном масштабе будет Мэтт Балчик (Matt Balchik), вице-президент по развитию и управлению брендом. Мэтт Балчик обладает 18-летним опытом в сфере гостеприимства — в разное время он состоял в руководящем звене известных отелей в Турции, Вашингтоне, Сиднее, Новом Орлеане, Калифорнии, на острове Аруба (Малые Антильские острова) и на Американских Виргинских островах. По словам Николаса Клэйтона, «на плечи Мэтта Балчика лягут серьезные задачи — управлять брендом VENU и вывести его на рынок».

Сейчас идут переговоры об открытии отелей VENU еще с рядом компаний-застройщиков на Ближнем Востоке, в Азии и Европе. Другие подробности запланированных проектов будут объявлены позже. VENU будет выступать в качестве самостоятельного бренда в составе Jumeirah Group и будет ориентирован на путешественников с безукоризненным вкусом и в то же время ценящих минимализм. Сегодня в портфель компании Jumeirah Group входит самый роскошный отель в мире,

символ Дубая, отель-парус Burj Al Arab, а также ряд гостиниц в Абу-Даби, Кувейте, на Мальдивах, в Шанхае, Франкфурте, Стамбуле, Лондоне и в других местах.

Кстати, по данным базирующейся в Великобритании организации New World Wealth, Дубай входит в топ-5 городов мира, ставших вторым домом для долларовых миллиардеров. По этому показателю арабский эмират обогнал Париж, Лос-Анджелес, Цюрих и Женеву. Сегодня в Дубае проживают более восьми тысяч богатых людей со всего света, по этому показателю эмират занял пятую строчку рейтинга New World Wealth. А возглавляет список Лондон с его 22,3 тыс. миллиардеров, на втором месте находится Нью-Йорк, где проживают 17,4 тыс. иностранцев с миллиардными состояниями, за ним идет Гонконг (14,8 тыс. миллиардеров) и потом Сингапур (11,2 тыс. миллиардеров). Охоту к перемене мест испытывают прежде всего богатые выходцы из Китая, Индии, России и стран Ближнего Востока. Согласно исследованию, миллионером считается человек, чье личное состояние насчитывает не менее одного миллиона долларов, а миллиардером — индивид с личными активами от десяти миллионов долларов (по данным [www.russianhome.com](http://www.russianhome.com)). ■

## Мегаполис забирает все силы? Пора начать жить каждый день.



**IQ**  
**ГАТЧИНА**  
ГОРОД БУДУЩЕГО

**1-Й ВЗНОС НА КВАРТИРЫ**  
**- 250 000 р.\***

Проект жилого квартала основан на принципах комфорта и красоты окружающей среды, деликатного отношения к природе, возможностях самореализации и живого общения. Предусмотрены пешеходные бульвары с кафе, ресторанами и магазинами, прогулочные дорожки с местами для отдыха, зеленые зоны, развивающие детские площадки с противобулавным покрытием, авторские проекты ландшафтного дизайна для каждого двора. Активный формат включает в себя спортивные площадки, велодорожки, бесплатный Wi-Fi, закрытые для доступа автомобилей дворовые территории. «IQ Гатчина» также полностью адаптирован под программу «Доступная среда», чтобы люди с ограниченными возможностями чувствовали себя частью общества и им было удобно пользоваться всеми преимуществами жилого квартала наравне с друзьями и членами семей.



**Ленстройтрест**

ЗАСТРОЙЩИК ООО «ЛСТ ГАТЧИНА», ЛЕН. ОБЛ., Г. ГАТЧИНА, ВЪЕЗД, КВАРТАЛ 1. \*ПОДРОБНОСТИ И ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ

тел.  
www.

**6543210.ru**



# ШВЕЙЦАРСКИЙ КРЕАТИВ

## КАК УЗНАТЬ СТРАНУ БЕЗ ПРОГРАММНЫХ ЭКСКУРСИЙ И ПУТЕВОДИТЕЛЕЙ? КАК ОКАЗАТЬСЯ В ОСОБЕННЫХ, НЕТУРИСТИЧЕСКИХ МЕСТАХ? ГДЕ ПОПРОБОВАТЬ СПЕЦИАЛИТЕТЫ И ПРИОБЩИТЬСЯ К ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ? ОФИС ПО ТУРИЗМУ ШВЕЙЦАРИИ (SWITZERLAND TOURISM) ЭТИМ ЛЕТОМ ПРЕДЛОЖИЛ 40 ЖУРНАЛИСТАМ ИЗ РАЗНЫХ СТРАН МИРА ИСПЫТАТЬ НА СЕБЕ СПЕЦИАЛЬНЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ ПОД НАЗВАНИЕМ SWISS CITIES DELIGHTS, ЧТО ЛУЧШЕ ВСЕГО ПЕРЕВЕСТИ КАК «ИЗЫСКИ ШВЕЙЦАРСКИХ ГОРОДОВ».

ЕЛЕНА ФЕДОТОВА



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

НА КРЫШЕ ОДНОГО ИЗ ОФИСНЫХ ЗДАНИЙ ВОЗЛЕ ИСТОРИЧЕСКОГО МОСТА В ЛОЗАННЕ РАСПОЛОЖИЛСЯ ОГОРОД



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

ГРАФФИТИ, ОБНАЖАЮЩЕЕ ЯЗВЫ КАПИТАЛИЗМА, НА СТЕНЕ СКЛАДА В РАЙОНЕ FLON В ЛОЗАННЕ

РИЗОТТО  
В РЕСТОРАНАХ ЛУГАНО,  
ГОРОДА В ТИЧИНО,  
ИТАЛОЯЗЫЧНОМ  
КАНТОНЕ НА ЮГЕ  
ШВЕЙЦАРИИ, ПОДАЮТ  
С ОЗЕРНОЙ РЫБОЙ:  
ЛУГАНО СТОИТ НА  
БЕРЕГУ ОДНОИМЕННОГО  
ОЗЕРА



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

МУЛЯЖИ КОРОВ  
НА КОЛЕСИКАХ  
ВЫКАТЫВАЮТ  
ТОРГОВЦЫ  
ФЕРМЕРСКИМИ  
ПРОДУКТАМИ  
ДЛЯ УКРАШЕНИЯ  
СОБСТВЕННЫХ  
ПРИЛАВКОВ  
НА БАЗАРНЫХ  
ПЛОЩАДЯХ



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

Местом сбора стала Лозанна — город на берегу Женевского озера, столица кантона Во и штаб-квартира Олимпийского комитета с 1915 года. Променады вдоль воды, горы, тающие в голубоватом тумане на другом берегу, дома в стиле «бель эпок», утопающие в зелени с шапками цветущих гортензий, коттеджи на окраине и полное безлюдье, как будто здесь никто не живет... Есть в Лозанне и единственное в стране метро — поезд движется вверх-вниз в туннеле по склону горы. Замок Сен-Мэр XV века выглядит как новенький, здесь больше двухсот лет заседает региональная администрация — совет кантона Во. Все в этом городе дышит респектабельностью и благополучием.

В принципе до Лозанны совсем недалеко — еще прошлым летом авиакомпания Swiss открыла прямые рейсы из Петербурга в Женеву (в Цюрихе из Северной столицы напрямую самолеты компании летают уже давно), а из аэропорта Женевы до Лозанны на поезде — чуть больше получаса. Ну а поезда со своей системой доставки багажа работают с точностью швейцарских часов. В поезде до Лугано удивил вагон полного молчания — здесь висит соответствующий значок, запрещающий включать мобильники и издавать какие-либо звуки, даже шепотом разговаривать нельзя. То есть полная тишина. Проводник, заведя нарушителей, строго прижал палец к губам. Просто спасительный оазис для тех, кто не хочет слышать разговоры пассажиров! Славится Swiss Travel System и доставкой багажа — чемодан можно оставить в офисе любого вокзала, сообщив адрес, — и удивительное дело, багаж всегда приезжает раньше и уже стоит в шкафу гостиничного номера, когда ты туда только заходишь. Правда, на этапах большого пути застрять в поезде все-таки пришлось. Никто не удивился — поезд-то итальянский, компании Trenitalia, который через Лугано — самый

итальянский город в Швейцарии — шел в Цюрих.

Если уж говорить о передвижении на транспорте, то для путешественника здесь Swiss Pass действительно полезен — он дает возможность ездить по всей стране на всех видах транспорта: поездах, автобусах, троллейбусах, трамваях и кораблях, уже не говоря о других возможностях этого единого билета.

Первый вечер в Лозанне прошел в художественном музее Fondation de l'Hermitage, а за ужином в известном ресторане швейцарской кухни Auberge du Chalet des Enfants в парке рядом с музеем всех участников путешествия (не только журналистов, но и представителей офисов по туризму Швейцарии из разных стран) поделили на команды. Названия для каждой были выбраны в честь людей, так или иначе связанных со Швейцарией: «Кокко Шанель», «Фредди Меркьюри», «Чарли Чаплин», «Морис Бежар»... Последнего, правда, американские коллеги назвали «какой-то парень» — как оказалось, не так уж сильна глобализация в сфере культуры.

Узнавание Лозанны и других замечательных мест, а также приобретение нового опыта в социализации и развитии командного духа на берегу Женевского озера началось с утра. Все команды под предводительством представителей офисов по туризму Швейцарии выдвинулись по своим маршрутам. В помощь была выдана книжечка с вопросами — всего за два дня путешествия по Лозанне и Монтре с окрестностями нужно было сообща ответить на 50 вопросов, двигаясь от места к месту. Площадь Палю (Place de Palude) с ратушей и раскрашенной колонной в центре, увенчанной деревянной статуей правосудия в образе упитанной девушки, по выходным становится рыночной. В маленькой лавочке, где торгуют рыбой, вином и сыром, поджидал накрытый для дегустации стол — предстояло определить на вкус сыр «Грюйер», сорт винограда, из которого сделано вино, и отличить местную озерную рыбу. А в одном из ресторанов надо было воспроизвести изящное накрытие стола на несколько персон после недолгого изучения образца. К вино-гастрономической теме относились и вопросы о количестве мишленовских ресторанов и знаменитых поварах Швейцарии, об ингредиентах шоколада, которым угощал один из шоколадных в Шильонском замке, об оттенках вкуса разных вин на винодельне Au Clos de la Republique, где в свое время бывал Чарли Чаплин — друг отца сегодняшнего владельца этого хозяйства.





ТЕРРАСНЫЕ ВИНОГРАДНИКИ  
ЛАВО НА СЕВЕРО-  
ВОСТОЧНОМ ПОБЕРЕЖЬЕ  
ЖЕНЕВСКОГО ОЗЕРА  
ВКЛЮЧЕНЫ В СПИСОК  
ОБЪЕКТОВ ВСЕМИРНОГО  
НАСЛЕДИЯ ЮНЕСКО

Что касается знаменитостей, бывавших или живших в Лозанне, то их составители познавательных маршрутов тоже не забыли. Например, в табачной лавке в старой Лозанне нужно было узнать по портрету самого знаменитого покупателя. С фотографии в рамке смотрел Жорж Сименон с трубкой во рту. Предстояло также назвать его любимого персонажа, на какие языки переведены детективы о Мегрэ, а заодно определить любимый сорт табака Сименона, правда, уже без дегустации.

Открылась Лозанна и с новой «архитектурной» стороны. Бродя по району Flon, предлагалось объяснить, что хотел сказать художник своим граффити на одном из домов, каким материалом отделан фасад другого здания, какой из ярусов утратил старинный мост через бывшую реку. Непростые вопросы для всех команд ожидали в шикарном отеле Beau-Rivage Palace, считающимся одним из лучших в Европе. Здание и декор громадных залов напоминает многослойный кремовый торт с замысловатыми украшениями. Отель — свидетель разных событий, здесь подписывался Лозаннский договор в 1923 году, праздновали свадьбы Дайана Росс и Фил Коллинз... В одном из залов среди многоярусного декора нужно было найти необычное изображение маленького ангела — и действительно, он нашелся — в трогательных круглых очках на носу.

В Шильонский замок команды прибыли на антикварных автобусах 50-х годов прошлого века с откидывающимся верхом, как в фильме «Немезида» по роману Агаты Кристи. Шофер сидел справа — так удобнее и безопаснее ехать по горному серпантину — и подавал пронзительный сигнал — мелодию из какой-то швейцарской песни перед каждым поворотом, чтобы его слышали встречные автомобили. В замке — вопросы о Байроне, деревне, которая видна из самой высокой башни, знаменитостях, здесь побывавших. Потом на троллейбусе (это очень распространенный вид транспорта во всей Швейцарии) команды приехали в Монтре — курортный город на берегу Женевского озера, знаменитый своим музыкальным фестивалем и тем, что в отеле Montreux Palace последнее десяти-



В МЯСНОЙ ЛАВКЕ В ЛУГАНО ДЕЛАЮТ НАСТОЯЩУЮ ИТАЛЬЯНСКУЮ КОЛБАСУ САЛЯМИ

летие жизни провел Владимир Набоков. На набережной — площади Place du Marche — на небольшом пьедестале стоит бронзовый лидер Queen Фредди Меркьюри — правая рука в энергичном жесте вскинута вверх, в левой он сжимает микрофон. (Здесь на знаменитой студии Mountain Studios в казино Монтре, где работали Дэвид Боуи, The Rolling Stones и Led Zeppelin, были записаны многие альбомы и хиты Queen.) Именно бронзовая фигура Фредди Меркьюри была вытеснена на командных наградах — шоколадных медалях под брендом Sprungli — знаменитой кондитерской в Цюрихе. Награды вручали представители Golden Pass Services в Альпах, в ресторане на пике горы Les-Rochers-de-Naye, куда всех привезли на знаменитом поезде с зубчатым колесом — такие курсируют в Швейцарии по горным склонам. Вокруг раскинулся питомник сусликов — еле заметные на камнях плоские домики, ручные животные со щекастыми мордочками едят прямо с рук — их здесь разводят, наблюдают за ними, скрещивают разные виды... Все-таки они тоже своеобразный символ Швейцарии, где, наверное, даже суслики чувствуют себя как люди. ■



ТАК УКРАСИЛИ ОДИН ИЗ ПИРСОВ НА НАБЕРЕЖНОЙ ЖЕНЕВСКОГО ОЗЕРА В МОНТРЕ ВО ВРЕМЯ ЛЕТНЕГО МУЗЫКАЛЬНОГО ФЕСТИВАЛЯ



ФУТБОЛИСТЫ РАБОТЫ ФРАНЦУЗСКОГО СКУЛЬПТОРА НИКИ ДЕ СЕН-ФАЛЛЬ В ПАРКЕ ПЕРЕД ОЛИМПИСКИМ МУЗЕЕМ В ЛОЗАННЕ



# ФАБРИЦИО ФАТУЧЧИ: «МЯСО — НЕ ПРОБЛЕМА»

БРЕНД-ШЕФ РЕСТОРАНА GUSTO

ФАБРИЦИО ФАТУЧЧИ В ПРОФЕССИИ УЖЕ ЧЕТВЕРТЬ ВЕКА. И В РОДНОЙ ИТАЛИИ ДЛЯ НЕГО, ПО СОБСТВЕННОМУ ПРИЗНАНИЮ, НЕТ НИЧЕГО НОВОГО. ПРИДУМЫВАТЬ СВЕЖИЕ ИДЕИ ШЕФУ СЕГОДНЯ ПОМОГАЕТ РОССИЯ, ТАКАЯ ПЕРЕМЕНЧИВАЯ, С ЗАГАДОЧНОЙ ДУШОЙ. ВЕРОНИКА ЗУБАНОВА

**GUIDE:** Итальянская кухня невероятно популярна в России...

**ФАБРИЦИО ФАТУЧЧИ:** И не только в России, но и во всем мире. Везде наибольшее количество ресторанов представляют японскую и итальянскую кухню. Япония популярна за счет риса, свежей рыбы, демократичных цен. Италия — это тоже не самые дорогие, но очень вкусные и качественные ингредиенты. При этом итальянская кухня проста, ее может понять каждый. Все дети любят пиццу и макароны. Спагетти с помидором и пармезаном, карбонара, лазанья, тирамису — эти блюда знают и любят все.

**G:** Но Италия — это не только паста и пицца...

**Ф. Ф.:** Паста и пицца — это лишь часть итальянской кухни. Италия — очень маленькая страна, Россия гораздо больше. Но в каждом маленьком итальянском городке, в каждой деревеньке есть три-пять особенных блюд. В соседнем городке — еще три-пять своих. Очень много вариантов. В Италии есть мясо и рыба, овощи и фрукты, рис, оливковое масло — всего и не перечислить! Море дает нам качественную морскую рыбу, озера и реки — озерную и речную рыбу. Фермеры — молоко, сыры, мясо, овощи и фрукты. В городах свои производства. И все это просто и вкусно. Благодаря такому большому количеству ингредиентов итальянская кухня очень разнообразна.

**G:** Введение Россией эмбарго на поставки продовольствия из стран ЕС как-то сказалось на работе ресторана? Есть ли нехватка аутентичных итальянских продуктов?

**Ф. Ф.:** Сейчас на складе есть все необходимые продукты, которых нам хватит до конца года. Что будет дальше — пока не знаю, посмотрим. Я разговаривал с людьми, которые отвечают за сельское хозяйство в Ленинградской области, они обещали помочь чем смогут. Например, договориться о поставках мяса, которое мы не считаем целесообразным закупать в Чили или Уругвае. Однако мясо — не самая большая проблема.

**G:** А в чем проблема?

**Ф. Ф.:** В Петербурге нет морской рыбы, вернее, есть, но не такого качества, как средиземноморская. Если нельзя ввозить из стран ЕС — поставщики будут покупать ее в Израиле и Марокко. Самая большая проблема — сыр. Больше половины рецептов пасты включают в себя пармезан, во многих блюдах используются рикотта, моцарелла, горгонзола, таледжио. Сыры — национальная гордость Италии. Но мы нашли людей, которые занимаются производством итальянских сыров в России, и будем сотрудничать с ними. Оценим качество их сыров и будем консультировать фермеров, чтобы они могли повысить качество своей продукции и максимально приблизить к нужному вкусу. Надеюсь,



тогда мы сможем покупать сыр у них. Это не только решение локальной проблемы отсутствия поставок из Италии, но и наш вклад в развитие производства, в экономику России.

**G:** Каковы ваши прогнозы?

**Ф. Ф.:** В данной ситуации мои прогнозы мало отличаются от прогнозов большинства профессиональных рестораторов. Ситуация с эмбарго — это политика. Но она влияет на многие сферы бизнеса, и ресторанный бизнес — не исключение. Многие рестораны будут закрыты. Остальным придется приспосабливаться к новым условиям. Но, на мой взгляд, сегодня нельзя закрыть все двери. Возврат к советским временам невозможен — это негативно отразится на экономике. Значит, нужно искать те двери, которые открыты.

**G:** Дефицит продуктов из Европы бьет по карману уже сейчас...

**Ф. Ф.:** Цены выросли в среднем на 25%: что-то подорожало на 10%, а что-то — на все 40%. Поставщики повышают цены, но мы не допустим роста более чем на 10%. Прошло не так много времени с момента ввода эмбарго, и пока еще остается много вопросов. Посмотрим, как будет развиваться ситуация.

**G:** Как все это повлияло на меню Gusto?

**Ф. Ф.:** Мне пришлось его пересмотреть и обновить почти четверть позиций. Впрочем, обновление меню в любом случае произошло бы — я делаю это каждый сезон. Но если раньше меню обновлялось на 30% и 70% из них были авторскими, креативными блюдами, то сейчас мы не

можем себе этого позволить. Приходится менять стратегию: сейчас важно забыть про необычные продукты (например, baby-овощи) и использовать то, что есть. В осеннем меню этого года — грибы, тыква, каштаны, мясные блюда (в холодную погоду больше хочется мяса, а не рыбы). В основном оно состоит из так называемой классики Gusto — авторских блюд, которые стали любимыми у гостей за пять лет работы и которые максимально отражают концепцию заведения: симбиоз продуктов, привычных для русского вкуса, и итальянской классики. Например, ризотто со свеклой и горгонзолой. Ризотто и горгонзола — это Италия, свекла — Россия. Горячий рис — Италия, холодное мороженое — Россия. Внутри этого блюда — вся наша философия.

**G:** А какое блюдо можно назвать самым необычным?

**Ф. Ф.:** Наверное, это ромашковая панакота с карамелизированным яблоком, розмарином, корицей и медовым мороженым. Домашняя панакота — традиционный итальянский десерт, но ромашка и мед — российские ингредиенты. Это осенний, согревающий вариант. Блюдо придумано два года назад и в зависимости от сезона меняется. Летом, например, мы готовим облегченный и освежающий вариант — панакоту из сельдерея с лавандовым мороженым.

**G:** Как вы решились в таких непростых условиях замахнуться на проведение фестиваля Gastro Guru?

**Ф. Ф.:** Мне очень нравится эта идея, и сейчас фестиваль особенно актуален. Он со-

стоит из серии мастер-классов с участием шеф-поваров известных петербургских ресторанов, в том числе — Buddha-Bar, «КоКоКо», Le Boat, «Брюссель», «Волна», Ferma, «Вкус есть» и многих других. Больше половины участников — это русские шеф-повара, которые работают с местными продуктами. Именно эти условия, когда возникают сложности с импортными продуктами, стимулируют поваров обратить внимание на локальные продукты. И это — своеобразный вызов, сможем ли мы приспособиться к нынешним условиям. Фестиваль продлится до декабря, и каждый месяц посвящен своей теме: «Брутальная кухня», «Фермерская кухня», «Модная кухня». Так вот, большинство заявок подано именно на «Фермерскую кухню».

**G:** В фестивале не участвуют сетевые проекты?

**Ф. Ф.:** Идея фестиваля оказалась наиболее близка несетевым проектам. Одиночкам в любых условиях выживать намного сложнее, чем сетевым проектам. Но в сетевых ресторанах сложнее сохранить авторский подход к каждому блюду. Именно поэтому мы говорим, что для нас пять лет — очень большой срок.

**G:** Как удастся не только выживать, но и процветать?

**Ф. Ф.:** Мы живем так долго, потому что воплощаем в жизнь все принципы, о которых я говорил: много, просто, понятно, качественно. Gusto — это не обычный итальянский ресторан. С первого дня существования мы шли своей дорогой и не признавали никаких компромиссов. У нас есть своя индивидуальность, самобытность. Мы первыми начали работать с местными продуктами, вводить русские «нотки» в итальянские блюда.

Больше половины блюд в меню — авторские, и их можно попробовать только здесь. И, несмотря на не самое удобное расположение ресторана, мы не жалуемся на отсутствие гостей. К нам приходят не познакомиться с противоположным полом, не посмотреть кино, не посидеть в интернете, а почувствовать вкус интересной кухни.

**G:** Школа Gusto Maestro — логическое продолжение этой концепции?

**Ф. Ф.:** Наша школа — это уникальный проект. Это первая официальная итальянская кулинарная школа, нас поддерживает Итальянский институт культуры при генеральном консульстве Италии в Санкт-Петербурге. И на рынке кулинарных школ Gusto Maestro выделяется — сюда идут за качественными знаниями и пониманием итальянской культуры. Ведь процесс приготовления пищи — это не только знания и техники. Это в первую очередь забота о себе и своих близких, возможность раскрыть в себе гастрономический талант, повысить качество жизни и подняться на новый уровень вкуса. Это главное. ■



# «БОЛЬШАЯ КУХНЯ» В «ГАЛЕРЕЕ» ПАНОРАМНЫЙ РЕСТОРАН С ТЕРРАСОЙ И СМОТРОВОЙ ПЛОЩАДКОЙ ОТКРЫЛСЯ НА ПОСЛЕДНЕМ ЭТАЖЕ ТРЦ «ГАЛЕРЕЯ» НА ЛИГОВСКОМ ПРОСПЕКТЕ.



ДАРЬЯ РЕПНИКОВА



ДАРЬЯ РЕПНИКОВА

**ВНУТРЕННЕЕ  
ПРОСТРАНСТВО  
РЕСТОРАНА ВЕСЬМА  
ОБШИРНО  
И СОЕДИНЯЕТ  
НЕСКОЛЬКО ЗОН  
АКТИВНОСТИ**

**В МЕНЮ ЕСТЬ  
ХАРАКТЕРНЫЕ БЛЮДА  
СРЕДИЗЕМНОМОРСКОЙ  
КУХНИ И ИТАЛЬЯНСКИЕ  
ЗАКУСКИ**

Новое заведение ресторанного холдинга Food Retail Group называется «Большой кухней» неспроста: ресторан площадью 1500 кв. м рассчитан на 380 посадочных мест. В меню — блюда, характерные для кухни разных стран, в авторской интерпретации шеф-повара Владимира Стебунова. Винную карту составлял сомелье Анатолий Жданов, впечатляющее десертное меню (здесь есть собственное кондитерское производство) создал шеф-кондитер Анатолий Нечаев.

Зал ресторана действительно кажется громадным, но он удачно зонирован,

здесь есть и столы для больших компаний, и отдельные столики в уютных местах, не бросающиеся в глаза. Архитекторы проекта братья Архипенко стремились создать атмосферу экостиля в современном городе с его неоновыми вывесками и индустриальными элементами. Натуральное дерево, состаренные предметы интерьера, уличные фонари — все это в духе городской площади европейского города.

В ресторане соседствуют разные самостоятельные пространства: винный бар,

открытая кухня, детский клуб, зал для конференций, открытая сцена для музыкальной программы, терраса и смотровая площадка на крыше, куда можно подняться по винтовой лестнице. Детский клуб работает в формате детского ресторана, а сцена предлагает новый для города формат open stage. Любой человек, умеющий петь или играть на музыкальном инструменте, имеет возможность выступить на сцене «Большой кухни» в сопровождении профессиональных музыкантов. В планах будущей сценической программы

— театральные четверги и выступления музыкальных коллективов, работающих в самых разных жанрах: от инди-рока до свинга и неодио.

В ресторанный холдинг Food Retail Group входит сеть ресторанов «Две палочки», рестораны итальянской кухни «Марчелли's», проект Библиотека, индийский ресторан Аптека, ресторан юго-восточной кухни «Длинный хвост», Cafe Berlin, ресторан «Шатер», восточный ресторан «Бахчай» и недавно открывшийся ресторан Urbo в Нью-Йорке на Манхэттене. ■

## УСТРИЦЫ С НОВА С НАМИ ДЕЛИКАТЕСЫ, ПРОПАВШИЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ РОССИЙСКИХ АНТИСАНКЦИЙ, ВОЗВРАЩАЮТСЯ В МЕНЮ НЕКОТОРЫХ ЗАВЕДЕНИЙ.

Похоже, ресторатор Игорь Мельцер сориентировался одним из первых: сыры из Армении и хозяйств Ленинградской области, мидии со дна Белого моря, улитки родом из Сахалина. Оттуда же и глубоководные дикие устрицы «сахалинские скальные», плотные, с насыщенным йодистым мясом. Они очень крупные: сахалинские устрицы 000 весят примерно 650 граммов (для сравнения, французская «единичка» весит всего 150–180 граммов). Средиземноморские устрицы тоже имеются. Страна происхождения — Тунис. Их там не выращивают, а собирают на отмелях дикие «фин де Клер». Так что идеальная пара «шампанское-устрицы» в ресторанах La

Perla и Meltcer Fish House по-прежнему вместе.

Появились и блюда из отечественных продуктов. Некоторые рецепты весьма экзотичны: например, домашняя колбаса из кабаньего мяса, выдержанная в сапери, зельц из свиной головы и ветчина, созревающая 21 день в пряном рассоле. Что касается бургеров, то здесь они готовятся в трех видах: с курицей, атлантическим лососем и ассорти из мяса тигровых креветок и камчатского краба. Более легкая альтернатива — питас-меню. Начинка — крабовое мясо или фермерские цыплята — завернута в тончайшую лепешку из фермерского сыра. ■

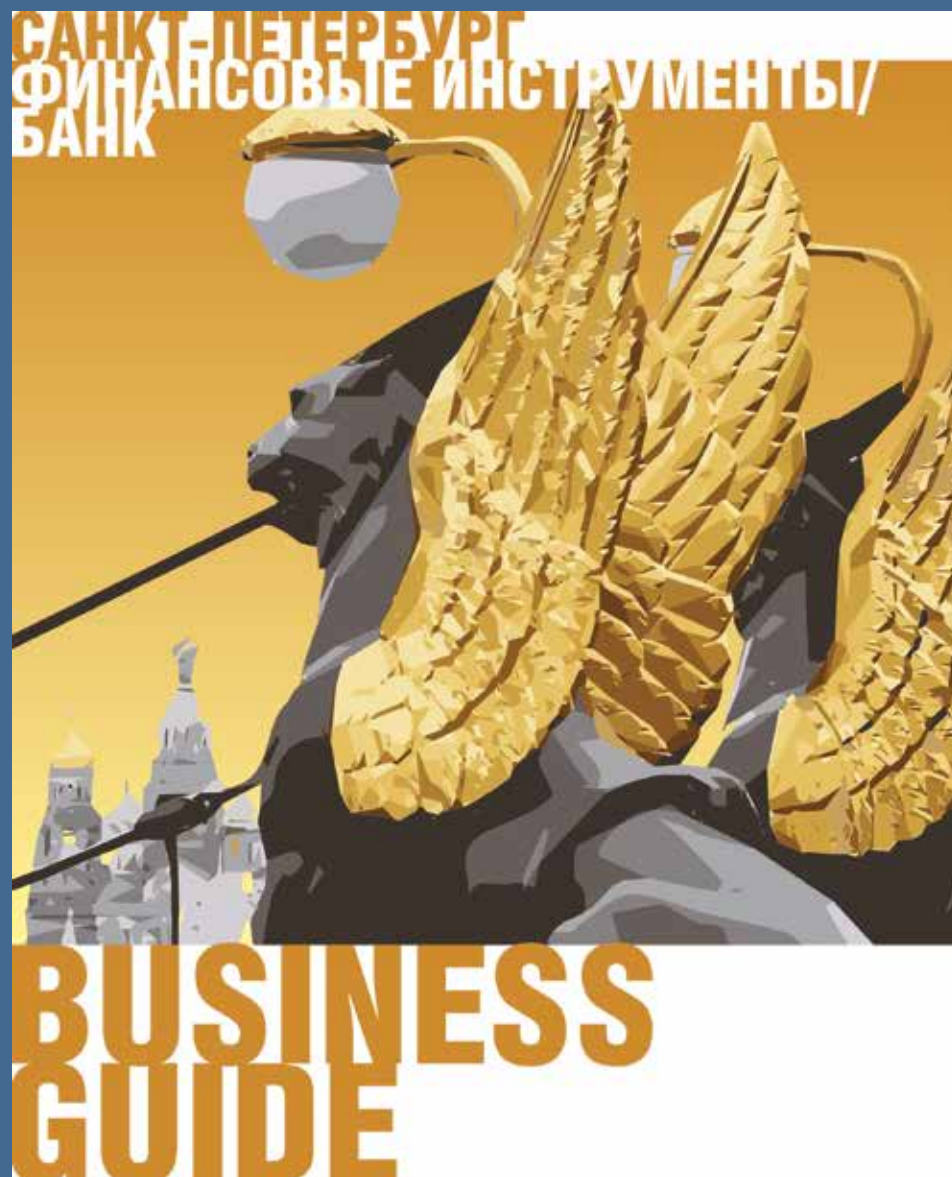


**САХАЛИНСКИЕ УСТРИЦЫ  
ТЕПЕРЬ ЗАНИМАЮТ МЕСТО  
ФРАНЦУЗСКИХ**



ТЕМАТИЧЕСКИЕ  
СТРАНИЦЫ  
ГАЗЕТЫ

**Коммерсантъ**



ПРОЕКТ  
ИЗ СЕРИИ ПРИЛОЖЕНИЙ  
BUSINESS GUIDE  
— КОММЕРСАНТЪ  
«ФИНАНСОВЫЕ  
ИНСТРУМЕНТЫ/БАНК»,  
ПОСВЯЩЕННЫЙ  
АКТУАЛЬНЫМ ВОПРОСАМ  
ФИНАНСОВОЙ СФЕРЫ  
В РОССИИ  
И САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

ВЫХОД ПРИЛОЖЕНИЯ — 16 ОКТЯБРЯ 2014 ГОДА

ФОРМАТ — А3

РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ С ГАЗЕТОЙ «КОММЕРСАНТЪ»  
ДОПОЛНИТЕЛЬНО — НА «БАНКОВСКОЙ НЕДЕЛЕ  
СЕВЕРО-ЗАПАДА»

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ВЫПУСКЕ  
(812) 325 85 96, e-mail: [reclama@spb.kommersant.ru](mailto:reclama@spb.kommersant.ru)