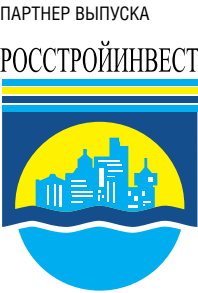


ЛОКАЛЬНЫЕ РЫНКИ ЖИВУТ
ПО СВОИМ ПРАВИЛАМ / 18
НАЗВАНИЕ
КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ УСПЕХА / 22
НОНКА СТРОИТ
«ФИНСКИЙ ПРИГОРОД» / 26

Элитная недвижимость

Четверг, 22 октября 2015 №195
(№5705 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №13–32
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Рег. №01243 22 декабря 1997 года
Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге

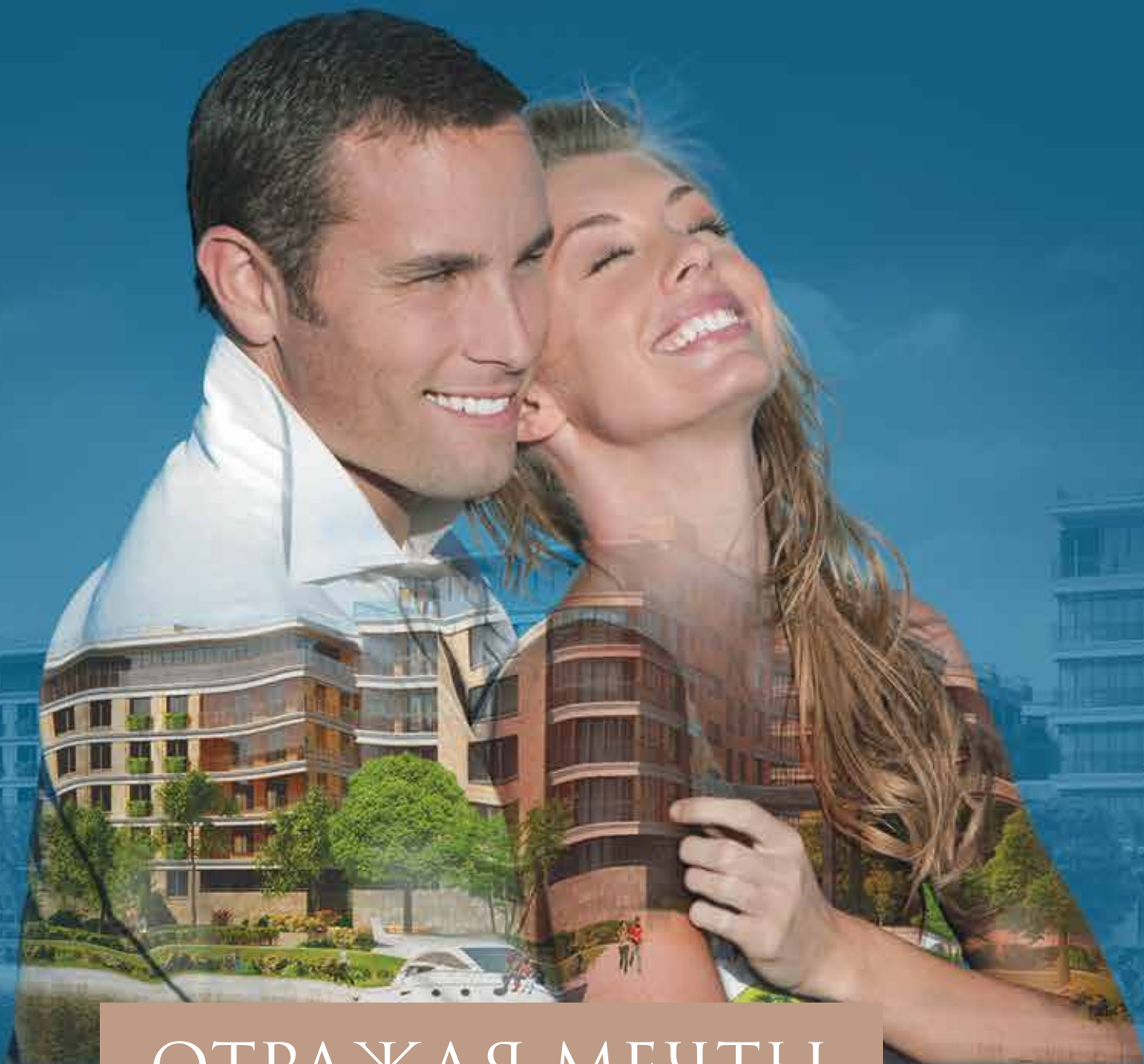
Guide



ПАРТНЕР ВЫПУСКА
РОССТРОЙИНВЕСТ
ЗАО «РосСтройИнвест». Реклама



КЛУБНЫЕ РЕЗИДЕНЦИИ
КРЕСТОВСКИЙ
DE LUXE



ОТРАЖАЯ МЕЧТЫ
О ГАРМОНИИ

Клубные резиденции «Крестовский de luxe» созданы для гармоничной жизни в мегаполисе.

Современные планировочные решения, прогрессивные инженерные технологии, высокочкасная инфраструктура района, близость к центру Санкт-Петербурга обеспечивают непревзойдённый уровень комфорта жителей и удачно сочетаются с атмосферой уединения и спокойствия, которую формирует эстетика места – виды на набережную Малой Невки, изысканная архитектура зданий и роскошный ландшафтный дизайн внутренних дворов.





ЕЛЕНА ФЕДОТОВА,
РЕДАКТОР GUIDE «ЭЛИТНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»

В ГОРОДСКОЙ СИСТЕМЕ ЦЕННОСТЕЙ

Эксперты прогнозируют развитие рынка элитного жилья Петербурга по трем направлениям: в традицион-но престижных районах, например, на берегу Финского залива, будут строиться в основном коттеджи, частные дома и малоэтажные комплексы. В историческом центре, по мнению специалистов, все-таки время от времени будут появляться единичные объекты, в которых цена квадратного метра сохранится са-мой высокой. А вот в Василеостров-ском, Адмиралтейском районах и на Петроградской стороне могут появиться проекты масштабной за-стройки, если можно так назвать элитное жилье. Наверное, экспертам виднее, но если судить с позиции рядового горожанина, то строить в городе скоро будет негде. Конечно, спальные районы имеют перспекти-вы, но речь ведь об элите. И тогда возникает вопрос: где будут жить состоятельные граждане, когда места под дорогое жилье в городе закончатся? Он ведь не резиновый. В конце концов, все когда-то закан-чивается.

Эта задача наверняка как-то разрешится. Сегодня уже есть при-меры того, как ловко девелоперы, перестраивающие в глубинах цен-тральных кварталов какое-нибудь бывшее общежитие во дворец для избранных, продвигают свое де-тище, игнорируя соседство домов с коммуналками. Справедливости ради нужно сказать, что однород-ное социальное окружение в таком мегаполисе, как Петербург, вряд ли достижимо. Нет у нас исторически богатых кварталов, какой-то осо-бенной территории старинных особ-няков и вилл. Разве только острова. Но там старинные особняки или в запустении, или в ведении Управде-лами президента. А элитный ново-строй исторических корней не имеет.

В общем, если говорить о цен-тральных районах города, то суще-ствование в них совершенно обо-собленных, автономных элитных жилых комплексов кажется утопией. Как бы то ни было, они все равно встроены в систему городской ин-фраструктуры и городских проблем — тоже. Но это ведь нормально. Жить в городе и быть свободным от него нельзя. Психологи утверждают, что слишком комфортная среда делает человека пассивным. И даже может привести к деградации. Но такой разлагающий комфорт петербурж-цам не грозит. И элите в том числе.

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

РАМКИ ПРЕМИАЛЬНОСТИ СУЖАЮТСЯ В СТАБИЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ ОБ ИДЕАЛЬНОМ ЖИЛЬЕ МЕНЯЮТСЯ РАЗ В НЕСКОЛЬКО ЛЕТ. ОДНАКО КРИЗИСЫ ВНОСЯТ В ЭТОТ ПРОЦЕСС СВОИ КОРРЕКТИВЫ, ОСОБЕННО КОГДА ОТРАСЛЬ НАХОДИТСЯ В БОЛЬШОЙ ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЦЕН НА ИМПОРТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, РОСТ КОТОРЫХ ВЛИЯЕТ НА КОНЕЧНУЮ СТОИМОСТЬ НЕДВИЖИМОСТИ. ТЕМ НЕ МЕНЕЕ ТЕНДЕНЦИЯ К СНИЖЕНИЮ МЕТРАЖЕЙ ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ СТАБИЛЬНА, НЕЗАВИСИМО ОТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Аналитики уверяют, что в последние годы в премиальном сегменте покупательский интерес изменился: приобретатели жилья все чаще обращают внимание не на ги-гантские квартиры площадью 300 кв. м, а на квартиры более оптимальных размеров с функциональными планировками.

ПРАГМАТИЧНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ Денис Бабаков, коммерческий директор «ЛСР. Недвижимость — Северо-Запад», говорит: «Покупатели элитного жилья сегодня более прагматично подходят к площадям квар-тир, чем раньше. Поэтому мы разрабаты-ваем квартирографию, учитывающую эти новые пожелания. Квартиры теперь редко бывают больше 300 кв. м. Площадь боль-шинства из них составляет 120–200 кв. м. Нередки случаи, когда площадь квартиры в элитном доме составляет всего 80, а то и 55 кв. м. Хотя раньше едва ли не нормой считались площади по 400 кв. м».

Ирина Доброхотова, председатель совета директоров компании «Бест-Новострой», подтверждает тенденцию: «В этом году мы отметили существенное увеличение доли небольших (до 100 кв. м) квартир в элитном сегменте — доля вы-росла в три раза. Это связано с общим трендом на рынке: покупатели не желают переплачивать за лишние метры. Ори-гинальность планировок уступила место функциональности. Довольно широкое распространение получили сегодня квар-тиры-студии. Просторные террасы тоже востребованы покупателями элитного жи-лья, но чаще всего предлагаются в пода-рок при покупке квартиры в качестве бону-са. Учитывая сезонность, летом открытые террасы более востребованы, зимой, что естественно, спрос на них отсутствует. Но без подобного рода предпочтений на рын-ке сейчас трудно что-либо продавать».

Заместитель директора по развитию Lotos Tower Елена Куприянова согласна с коллегами: «Планировки в высоком сег-менте после кризиса стали рациональнее. Сейчас норма — это комнаты от 20 до 40 метров. Для однокомнатной кварти-ры наиболее распространенная общая площадь от 50 кв. м, двухкомнатные — от 60 кв. м, трехкомнатные от 100 кв. м и выше. Спросом пользуются, впрочем, и оригинальные планировки».

Игорь Оноков, генеральный директор девелоперской компании «Леонтьевский мыс», приводит следующие данные: «Наи-более востребованными за прошедшее полугодие были квартиры площадью 120–150 кв. м с одной или двумя спаль-



ИНТЕРЬЕР ШОУ-РУМА В ЖК «ЛЕОНТЬЕВСКИЙ МЫС» ПРОДВИГАЕТ ДИЗАЙН ФИЛИППА СТАРКА, УМЕЮЩЕГО ОБЫГРЫВАТЬ ЛЮБОЕ ПРОСТРАНСТВО

нями. При этом средний чек снизился с 35 млн рублей в начале года до 15–25 млн рублей на июль 2015-го. Наибольшим спросом в ЖК «Леонтьевский мыс» поль-зовались квартиры площадью до 150 кв. м стоимостью 20–50 млн рублей. Остает-ся востребованным и более дорогое и эксклюзивное жилье площадью более 200 кв. м, стоимость которого близка к 100 млн рублей. Такие продажи есть в на-шем проекте, но здесь речь идет о более крупных инвестициях, а покупатель прини-мает решение дольше».

БЕЗ ЕДИНЫХ СТАНДАРТОВ Руководи-тель отдела маркетинга и продаж компа-нии Yard Group Константин Матыцын отме-чает, что единых стандартов планировок и размеров площадей для элитного жи-лья сегодня в России не существует: «По сути, можно строить комфорт-класс и ре-кламировать его как бизнес или наоборот. Но элитное жилье отличает локация с ви-довыми характеристиками, коэффициент парковочных мест, высота потолков и эр-гономика планировочных решений, уро-вень сервисных услуг и безопасности».

Екатерина Никандрова, начальник от-дела маркетинга компании «Петрополь», рассуждает: «Элитное жилье было и остается штучным товаром, поэтому на этом сегменте рынка сложно отследить какие-либо объективные тенденции. Сейчас в продаже на первичном рынке находится полторы тысячи квартир». По ее словам, как и несколько лет назад, более 60% предложения — это трех- и

четырекомнатные квартиры. «Пока-затель востребованных у покупателей площадей год от года меняется, на что оказывает влияние и тот факт, что в ус-ловиях ограниченного объема рынка в элитном сегменте предложение влияет на спрос — если в какой-то длительный отрезок времени на рынке экспонирует-ся большое число квартир площадью, к примеру, около 200 кв. м, то и спрос на такие квартиры в этот период времени будет выше, нежели в периоды, когда на рынке продаются объекты с иными параметрами. Безусловно, спрос не на-столько эластичен, и можно определить наиболее востребованный диапазон — 150–220 кв. м. Большая часть представ-ленных на элитном рынке квартир имеет классические планировки, поскольку излишние изыски увеличивают в разы и без того длительный срок экспозиции», — высказывает свою точку зрения госпо-жа Никандрова.

Руководитель проекта ЖК «На Гре-бецкой» Сергей Богоутдинов приводит в пример глобальные тенденции: «Во всем мире в сегменте жилья элитного и пре-миум-класса комфортными для прожива-ния считаются однокомнатные квартиры площадью 40–50 кв. м, двухкомнатные — 70–80 кв. м, и трехкомнатные площадью 100–130 кв. м». При этом рациональная планировка, по его словам, предусма-тривает, что доля проходных зон (холла и коридоров) не должна превышать 10–15% общей площади, а все помещения имеют правильную форму. → 16

ТЕНДЕНЦИИ

15 → ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ На сегодняшний день элитное жилье предполагает наличие вместительных кухонь-столовых, удобных ванных комнат, широких коридоров и просторных комнат. Обязательно наличие гардеробной и подсобного помещения или кладовки. Квартира должна быть двухсторонней, а спальни — изолированными. Предпочтительно, чтобы окна спальни были обращены во двор, в идеале — в парк или сквер, а из окон гостиной должен открываться красивый вид, например, на воду, памятники архитектуры или на купола соборов. «В квартире должны быть потолки не ниже трех метров. Покупатель элитной квартиры предъявляет индивидуальные требования к инженерным системам: в доме должны быть установлены системы водоснабжения и водоочистки, вентиляции, выделенная линия интернета и спутниковое телевидение. Безопасность в доме должна обеспечиваться круглосуточной охраной и современными системами контроля доступа, сигнализации, видеонаблюдения. В элитных квартирах обязательным является также наличие автономной системы водонагрева, встроенных систем очистки воды, регулируемой отопительной системы», — перечисляет господин Богоутдинов.

Директор по маркетингу компании RBI (входит в холдинг RBI) Михаил Гущин добавляет: «Обязательным требованием к планировке является наличие просторной кухни, от 20 кв. м, которая может быть совмещена с гостиной (не менее 30 кв. м). Что касается планировки, то вся площадь делится на хозяйскую (спальня, ванная, гардеробная, детская) и гостевую зоны. Спален, как правило, несколько и в идеале к ним должен примыкать санузел или ванная комната с окном. Если в квартире три и больше комнат, в ней должно

быть как минимум два санузла. Однако часть покупателей хочет от элитного жилья большого простора, которое можно создать за счет расширения коридоров и отсутствия встроенных шкафов. Такие жильцы предпочитают свободную планировку, под которой подразумевается отсутствие внутренних перегородок».

ИЗНАЧАЛЬНОЕ ПОНИМАНИЕ Господин Бабаков отмечает: «Элитная недвижимость подразумевает удобные, функциональные и понятные планировки. Клиент всегда может их изменить, соблюдая нормы действующего законодательства. Но ему изначально нужно понимать, как он и его семья будут располагаться в приобретаемой квартире. Поэтому мнение о том, что не надо тщательно продумывать планировки, поскольку клиент все равно все перестроит, я не считаю верным. В большинстве случаев покупатели оставляют предлагаемые застройщиком планировки с минимальными изменениями».

«Редко, но в премиум-сегменте предлагаются квартиры со свободной планировкой, которые предоставляют больше возможностей для организации жилого пространства, но требуют проведения серьезных ремонтных работ. Главным плюсом такого жилья является то, что владелец может зонировать пространство по своему усмотрению. Однако это влечет за собой необходимость согласования перепланировки», — добавляет господин Богоутдинов.

Елена Алещенко, заместитель директора департамента жилой недвижимости компании Colliers International в Санкт-Петербурге, отмечает, что в новых элитных новостройках одна из главных задач девелопера — предусмотреть, помимо прочего, такие коммуникации, которые позволят создавать открытые объединенные

зоны кухни-гостиной. Другой актуальный тренд — стремление максимально повысить функционал квадратных метров квартиры. Зонирование становится более эргономичным, и это справедливо и для элитного жилья. Современные покупатели уже не стремятся иметь малофункциональный холл или коридор площадью 30 кв. м, предпочитая их гостиной. Большие окна, панорамное остекление — все это по-прежнему неотъемлемые составляющие элитных проектов.

Екатерина Запороженко, директор по продажам УК Docklands, при этом отмечает: «Сейчас больше требований к функциональности планировок, огромные пустые площади не приветствуются покупателями. Так, например, мы видим, что в Docklands большой популярностью пользуются апартаменты 100 кв. м, в которых на данном пространстве размещаются три спальни и просторная кухня-гостиная. Лишняя площадь уже не плюс для элитного жилья, преимущество стало умное зонирование».

Роман Мирошников, исполнительный директор ЗАО «Ойкумена», добавляет: «Для того чтобы продавать элитное жилье, уже недостаточно построить дом в центре города, с максимально просторными квартирами. Сейчас девелоперы стремятся создавать объекты недвижимости с уникальной визуальной составляющей, при этом удобные для жизни».

САМЫЕ ОРИГИНАЛЬНЫЕ По мнению госпожи Алещенко, пальма первенства по оригинальным планировкам до сих пор принадлежит ЖК «Леонтьевский мыс», где представлены неклассические двухуровневые квартиры, с кухней-гостиной на одном уровне с высотой потолка от 4,7 м и спальнями, расположенными на полтора метра ниже и выше кухни-гостиной. «Та-

ким образом, квартира просматривается полностью с любого этажа, практически с любой точки. Такой интересной планировки нет нигде, классические двухуровневые квартиры подобного эффекта не обеспечивают», — рассказала она.

«Есть интересные тенденции по организации дополнительных помещений в формате не квартир, а самого жилого комплекса в целом. Например, в одном из элитных комплексов места хранения не являются личной кладовкой — это помещения с четким функционалом, которые находятся в составе общего имущества управляющей компании комплекса. Например, одно помещение выделено для хранения колясок, велосипедов и лыж, другое, с соответствующим климатическим оборудованием — для шуб, третье — для колес и других деталей автомобилей. В идеале в современных проектах такие подсобные помещения в рамках жилого комплекса должны быть составляющей сервиса», — резюмирует госпожа Алещенко. ■

АРЕНДА В СТОЛИЦЕ

За последние полгода рублевые цены на аренду элитного жилья в Москве опустились на 41,9%, подсчитали в консалтинговой компании Knight Frank. Это рекордное падение для основных городов мира: в индексе Prime Global Rental Index, который Knight Frank составляет ежеквартально, Москва заняла первое место по темпам снижения арендных ставок. За последний год рублевые цены на элитное жилье внаем в российской столице упали на 11%, за последний квартал — на 15%. В настоящий момент 78% элитного жилья в Москве сдается за рубли, 22% — за доллары, утверждает Knight Frank.

По данным РБК

ПОД МОСКВОЙ ВТОРИЧНЫЙ РЫНОК ЗАГОРОДНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ОБОГНАЛ ПЕРВИЧНЫЙ

В ОТЛИЧИЕ ОТ ПЕРВОГО ПОЛУГОДИЯ 2015 ГОДА, В ТРЕТЬЕМ КВАРТАЛЕ КОЛИЧЕСТВО СДЕЛОК НА ВТОРИЧНОМ РЫНКЕ ЭЛИТНОЙ ЗАГОРОДНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ СТОЛИЧНОГО РЕГИОНА ПРЕВЫСИЛО КОЛИЧЕСТВО СДЕЛОК НА ПЕРВИЧНОМ РЫНКЕ (60 И 40% СООТВЕТСТВЕННО). ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Эксперты агентства элитной недвижимости Tweed объясняют такие результаты понижением цен на вторичные объекты, которое началось еще во втором кварта-

ле 2015 года вслед за снижением цен у застройщиков. По сравнению с началом года цены на отдельные объекты упали в долларах на 10–40%. Владельцы домов не-



КУПИТЬ НОВЫЙ ДОМ В ПОДМОСКОВЬЕ ТЕПЕРЬ НЕ ТАК-ТО ПРОСТО

редко соглашаются на оплату в рассрочку, сделки по подобной схеме в текущей экономической ситуации приобретают все большую популярность. На вторичном рынке число предложений в бюджете до \$1 млн по итогам третьего квартала заметно увеличилось (до 40%).

В то же время аналитики Tweed отмечают, что на первичном рынке рост рублевых цен продолжился и составил 8–9%

по отношению ко второму кварталу. «За редким исключением здесь практически не осталось долларовых цен. Повышение прайсов происходит за счет изменения степени готовности поселков и вымывания дешевых предложений. Выход новых проектов на уменьшение средней цены не повлиял, поскольку они появились на рынке в высокой степени готовности», — говорят эксперты. ■



КВАРТИРЫ С ВИДОМ НА ПЕТРОПАВЛОВСКУЮ КРЕПОСТЬ

Собрание

ДОМ БЛАГОРОДНЫХ СЕМЕЙСТВ

Большая Посадская, 12

Ваша история на Петроградской стороне

ДОМ СДАН. ПЛАТИ 50% И ВЪЕЗЖАЙ



ВХОДИТ
В ХОЛДИНГ RBI

rbi.ru

(812) 320-76-76

ЛОКАЛЬНЫЕ РЫНКИ ЖИВУТ ПО СВОИМ ПРАВИЛАМ

ПОПЫТКИ СТОЛИЧНЫХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ РИЕЛТОРСКИХ ФИРМ ВЫЙТИ НА РЫНОК ПЕТЕРБУРГА ПОКА БОЛЬШИМ УСПЕХОМ НЕ УВЕНЧАЛИСЬ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

На развитых рынках международные бренды риелторских компаний контролируют значительную часть сделок с недвижимостью, но в России они пока не смогли добиться значительных успехов. В регионах лидерство сохраняется за местными компаниями.

Экспансия в регионы в риелторском сегменте обычно происходит путем продажи франшиз. По такому пути развиваются и «Бест-Недвижимость», и «Мизель», и МИАН, а также компании «Хирш» и Century21. «Можно заметить, что тотально захватить региональные рынки или хотя бы занять там значительную долю действительно пока никому не удалось. Связано это может быть с несколькими факторами. Локальные рынки все еще часто работают по старинке, по рекомендациям знакомых, родственников, друзей. Московские или даже зарубежные бренды там могут быть попросту никому не известны, поэтому наработать репутацию приходится практически с нуля. Сейчас несколько проще, поскольку в интернете можно почерпнуть информацию о том, что вышедшая в регион компания давно представлена на рынке, состоит в профессиональных ассоциациях, имеет большую сеть отделений и так далее. Тем не менее люди продолжают доверять местным брендам, так как знают их дольше и могут обращаться в эти агентства прежде всего по рекомендации», — рассуждает Ирина Доброхотова, председатель совета директоров компании «Бест-Новострой».

ПРИНЦИПИАЛЬНАЯ РАЗНИЦА Максим Кондрашин из екатеринбургского агентства недвижимости «Линк» считает, что одна из основных причин — принципиально иное устройство рынка недвижимости «у нас» и «у них». «В маленьких российских агентствах каждый риелтор, как правило, занимается всем, что попадет в его сеть. За рубежом бизнес-процесс устроен совершенно иначе, он проще алгоритмируется, да и, честно говоря, этот рынок существенно „белее“. У нас риелтором может стать любой желающий, а за рубежом в развитых странах эта деятельность лицензирована», — рассуждает господин Кондрашин. Вторая особенность, считает он — уникальность местных рынков: «Опыт Москвы невозможно транспонировать на Екатеринбург или даже Петербург, жилой фонд очень разный, существует масса нюансов, которые совершенно невозможно унифицировать».

Слабое проникновение современных технологий тоже является тормозом. Из примерно 450 екатеринбургских агентств значительная доля не имеет оборудо-

ванных компьютерами рабочих мест для риелторов. «Факт остается фактом: франшиза на сегодняшний день — это практически единственная работающая форма. Но успешному крупному региональному агентству московская франшиза ни к чему — ему своей репутации и рекламного бюджета хватает для привлечения клиентов. Помимо этого, историческая память дает наводку — в СССР маклерами были конкретные люди. И сейчас, в общем-то, ничего не изменилось — по-прежнему идут на конкретное имя человека, передавая его заветный телефончик. А неуспешное агентство вряд ли заинтересует франчайзера, и самому маленькому агентству столичная франшиза просто может оказаться не по карману», — рассуждает господин Кондрашин.

СПЕЦИФИКА ПЕТЕРБУРГА Ильдар Хусаинов, директор федеральной риелторской компании «Этажи», полагает, что неудачи столичных компаний в Петербурге и регионах кроются в нескольких причинах: «Во-первых, сложность заключается в дистанционном управлении и существенных издержках. Во-вторых, существенно влияет локализация рынков в регионах: свои правила игры, свои бизнес-отношения с партнерами, застройщиками и банками, своя стоимость услуг. В-третьих, в других городах присутствуют лидеры риелторского бизнеса — компании с сильными командами, с наработанными клиентскими базами. С ними непросто конкурировать. Четвертая причина — это нежелание собственника бизнеса дать партнерам в регионах такую, на мой взгляд, сильную мотивацию, как участие в прибыли. Я не знаю риелторских компаний общедоверительного уровня, которые присутствовали бы более чем в 30 российских городах. Кроме нашей компании: география деятельности „Этажей“ сегодня — 40 российских городов с головным офисом в Тюмени. Юридический статус точек присутствия — филиалы и франчайзи-партнеры. Что касается рынка Петербурга, то это город с особым менталитетом, там сложно развиваться конкурентам из второй столицы — Москвы. Уверен, что проще выходить на этот рынок риелторским компаниям из регионов». Впрочем, господин Хусаинов говорит, что компания «Этажи» также планирует выходить Петербург в 2016 году.

Роман Макаренко, руководитель портала Новострой.рф, уверен: «Тяжелее всего заходить на рынки небольших, удаленных от центра страны городов. Мы живем в Благовещенске, и я не представляю себе ситуацию, чтобы в нашем городе открылось сетевое агентство недвижимо-



В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ НЕДВИЖИМОСТЬ ПОКУПАЮТ ПО СТАРИНКЕ — ПО РЕКОМЕНДАЦИЯМ ЗНАКОМЫХ, РОДСТВЕННИКОВ, ДРУЗЕЙ

мости, например „Этажи“, по франшизе. Тут, на мой взгляд, две причины. Первое — люди не доверяют риелторам в принципе. Второе — а что может предложить федеральный игрок местному покупателю, какую выгоду? Например, мои знакомые риелторы находят клиентов, предлагая им цены на квартиры в новостройках ниже, чем у застройщика (продают подрядные). Я сомневаюсь, что неизвестному предпринимателю из Москвы здесь дадут такие „привилегии“. Другое дело онлайн-игроки. Считаю, что со временем по всей стране будут преобладать федеральные порталы — классифайды, а региональные сайты с объявлениями будут использоваться во вторую очередь».

РЕГИОНЫ И СТОЛИЦА Вадим Ламин, управляющий партнер агентства недвижимости Spencer Estate, отмечает, что московские цены и, соответственно, коммиссионные риелторских компаний совершенно несопоставимы с ценами в Орле, Туле, Белгороде и даже Петербурге. «Многие московские владельцы бизнеса не видят смысла вешать на себя примерно те же организационные проблемы и расходы, заведомо зная, что результат будет гораздо менее интересен. Конечно, в регионах конкуренция меньше, но, с другой стороны, платежеспособный спрос тоже гораздо ниже. В регионах менее развита инфраструктурная, банковская составляющая. Так, например, совсем недавно покупатели московской квартиры для дочери были удивлены схемой взаиморасчетов через банковскую ячейку, в их городе деньги передавались без посредничества банка», — рассказывает господин Ламин.

Роман Котов, генеральный директор управляющей компании ООО «Москва-Сити Капитал», добавляет: «Риелторский бизнес очень плохо поддается масштабированию в нашей стране за счет того,

что в нем очень высоки риски, связанные с человеческим фактором, а также очень незрелый рынок и неподготовленные потребители. Даже в рамках одного региона построить эффективную компанию достаточно сложно. Большинство крупных агентств недвижимости работает по старинным принципам и имеет низкую эффективность структуры, которая при масштабировании становится убыточной. В то же время есть ряд брокерских компаний, которые успешно представлены сразу в нескольких российских регионах и ведут риелторскую деятельность по западным правилам. Но они сильно отличаются от обычных местных агентств недвижимости. Думаю, что именно современные риелторские компании имеют максимальные шансы на успех в развитии региональных представительств».

Тимур Нигматуллин, финансовый аналитик ИХ «Финам», полагает, что в будущем ситуация изменится: «Судя по всему, сильная фрагментированность российского рынка по большей части обусловлена тем, что он находится в начальной стадии своего развития. На мой взгляд, после череды возможных сделок по слиянию и поглощению и ухода с рынка неэффективных небольших компаний произойдет его консолидация. Таким образом, в долгосрочной перспективе он будет по своей структуре больше напоминать соответствующие рынки в западных странах. Вероятно, попытки столичных компаний по выходу в Петербург пока не увенчались успехом из-за кардинального отличия данного рынка от рынка Московского региона: на них разные принципы ценообразования на жилую недвижимость, различия в платежеспособном спросе населения. Само собой, экспансия подразумевает значительные маркетинговые расходы, что могло вызвать затруднения в условиях ухудшения экономической конъюнктуры». ■

СЕГМЕНТЫ СКРЕЩИВАЮТСЯ

В КУЛИНАРИИ СМЕШЕНИЕ СТИЛЕЙ НАЗЫВАЕТСЯ «ФЬЮЖН», В АРХИТЕКТУРЕ И ДИЗАЙНЕ — «ЭКЛЕКТИКА». ЕДИНОГО ТЕРМИНА, ОБОЗНАЧАЮЩЕГО ВЗАИМОПРОНИКНОВЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ РАЗНЫХ КЛАССОВ, В ЖИЛИЩНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ ПОКА НЕТ, ОДНАКО ТЕНДЕНЦИЯ НАЛИЧЕСТВУЕТ — И ПРОЕКТЫ ПОЯВЛЯЮТСЯ. ВЕРА КОЧЕТКОВА

Казалось бы, что проще: существуют понятия эконом-сегмента, комфорт-класса, элитного жилья... У каждого класса не движимости — свои определенные требования, и любой уважающий себя застройщик эти требования соблюдает. Однако эксперты отмечают: потенциальный потребитель ограничивать себя одним классом не готов.

Если раньше большинство покупателей руководствовались в первую очередь ценой, то сегодня это уже не единственный определяющий фактор при выборе. Внутри массового сегмента увеличивается доля комфорт-класса, разница между эконом- и комфорт-классами становится все более очевидной, а в жилье бизнес-класса появляются элементы элитного жилья. Клиенты предъявляют все более высокие требования к качеству строительства, техническому оснащению жилья, остеклению, лифтам, отделке холлов, лестниц, наличию подземного паркинга и гостевых парковок.

«Мы уже несколько лет наблюдаем стабильный рост требований покупателей к качеству жилья, — говорит Игорь Креславский, председатель правления ГК «Росстройинвест». — Люди ценят сегодня не только доступность квартиры по цене, но и яркую архитектуру, безопасность проживания, эргономичность планировок и самодостаточность инфраструктуры. Высокое качество особенно важно сейчас, в непростой макроэкономической ситуации, когда решение людей о необходимости покупки становятся все более взвешенным».

В Петербурге эта тенденция находит особенно яркое воплощение: смещение покупательского спроса происходит в сторону более качественного и архитектурно продуманного жилья. И это закономерно. Во-первых, петербургские покупатели куда более разборчивы, нежели в других регионах России: сказывается влияние трех веков «высокой архитектуры», все-таки Петербург — это стиль, это история, это поэзия, если хотите... Кроме того, нынешнее профессиональное сообщество города предъявляет к застройщикам более высокие требования по качеству: любой жилой или коммерческий строительный объект, возводимый здесь, должен быть сделан качественно, в короткие сроки и при этом гармонично вписываться в имеющуюся застройку. Наконец, и в прошлом имперской столицы исторически в рамках одного дома появлялось жилье различного «класса», так что можно говорить о преемственности традиций. Реалии рынка таковы, что моноформатность — лишь первый этап развития, а движение навстречу покупателю подразумевает предоставление определенных бонусов.

К внедрению дополнительных опций более высокого класса подталкивает застройщиков и ограниченное предложение в верхних ценовых сегментах, обусловленное недостатком строительства в наиболее престижных районах и совсем уж вяло текущим процессом редевелопмента



ЖК «КРЕМЛЕВСКИЕ ЗВЕЗДЫ» В МОСКОВСКОМ РАЙОНЕ СОЕДИНИТ В СЕБЕ РАЗНЫЕ ОПЦИИ, ХАРАКТЕРНЫЕ ДЛЯ ЖИЛЬЯ ВЫСОКОГО КЛАССА

промышленных территорий в районах относительно престижных.

В результате появляются проекты, которые трудно отнести к какому-то одному сегменту: при наличии всех положенных по статусу опций одного класса в них присутствуют и атрибуты жилья, формально относящиеся к классу более высокому. Как, например, в новом проекте «Кремлевские звезды», который реализуется группой компаний «Росстройинвест» в Московском районе.

«По существующей классификации мы смело относим наш жилой комплекс к бизнес-классу, — поясняет Игорь Креславский. — При этом многие опции, которые представлены в этом доме, а также технологии, которые мы используем, являются атрибутами скорее элитного жилья».

Среди неперенных атрибутов бизнес-класса — техническое оснащение (кондиционирование, вентиляция, интернет), безопасность (системы видеонаблюдения, консьержи, закрытые дворы), европланировки с большими кухнями и несколькими санузлами, просторные входные холлы с дизайнерской отделкой с зонами для встречи и ожидания гостей, колясочные в подъездах, паркинги и открытые стоянки.

К элементам более высокого класса, безусловно, можно отнести архитектурное решение проекта и его расположение. Дом строится в той части района, где уже существует развитая инфраструктура — учреждения образования и здравоохранения, торговые и развлекательные центры, спортивные объекты, библиотеки, кафе и рестораны. И застройка здесь тоже сложившаяся (сталинская), поэтому архитектуре проекта уделено большое внимание.

Проект разработан архитектурным бюро Михаила Копкова, которое входит в холдинг. Дом будет состоять из двух частей — 27-этажный жилой корпус с башнями и двухэтажный стилобат, в котором разместятся торгово-развлекательный комплекс и ресторан. На проспект будет выходить «публичная» часть дома — торговый комплекс, а жилая часть расположится чуть в глубине, что защитит жильцов от шума. На крыше стилобата будет организована «зеленая зона отдыха» для жильцов — детская игровая площадка с оборудованием, а также пространство со скамейками для взрослых. Из окон домов на верхних этажах будет открываться вид не только на близлежащие дома, но и на Исаакиевский собор и Петропавловку. А такой вид уже вполне можно считать элитным. Как и лифт, способный быстро и бесшумно доставить хозяев и гостей из-под земли в поднебесье. Кроме того, в проекте используются новые материалы: стальные трубы, зеркальное стекло, керамические вентилируемые фасады, теплые остекления лоджий.

«Наши покупатели все более внимательно оценивают комфорт, эстетику, безопасность и социальную инфраструктуру своей среды обитания, — признается Игорь Креславский. — Мы разработали стратегию „Лучшее для каждого“, которая предполагает, что мы стремимся самое необходимое, самое важное, самое лучшее сделать возможным для обычного жителя нашего города, среднестатистического петербуржца. Часть этой стратегии — концепция „Доступный комфорт“, это наша тактика в сфере строительства и обустройства. „Доступный комфорт“ — это и яркая архитектура зданий, и развернутая инфраструктура,

и качество строительства, и культурно-образовательные центры, и разумная цена, и финансовые инструменты для поддержки покупателя».

Список объектов, реализованных в соответствии с этими высокими требованиями, уже достаточно обширен. Кроме того, успешный опыт работы на высококонкурентном рынке позволяет компании уверенно выступать в роли проводника новых передовых идей — в частности, внедрять собственные концептуальные и опциональные решения.

Эксперты отмечают, что тенденция смешения разных классов жилья будет набирать популярность, как среди застройщиков, так и среди покупателей. Ведь такой «мультиформат» — это возможность создать уникальное предложение, использовать те или иные дополнительные удобства, присущие объектам более высокого уровня.

«Еще на этапе концепции и проекта мы изучаем потребности наших потенциальных покупателей и закладываем во все наши жилые комплексы дополнительные опции, которые формируют качественную комфортную жилую среду, которую они готовы выбирать, — продолжает Игорь Креславский. — Мы знаем наших покупателей и их вкусы. Добавление в наш проект бизнес-класса некоторых опций из других классов — это осознанный шаг и конкурентное преимущество. У проекта великодушное место расположения и вся необходимая инфраструктура, видовые характеристики, наличие подземного паркинга, сравнительно небольшие, но эргономичные метражи квартир и их планировочные решения. „Кремлевские звезды“ — это жилье того уровня, которого достоин Петербург и его жители». ■

АПАРТ-ОТЕЛИ НАСТУПАЮТ

ЗЕМЕЛЬ ПОД ЖИЛУЮ ЗАСТРОЙКУ В ЦЕНТРЕ ГОРОДА ПРАКТИЧЕСКИ НЕ ОСТАЛОСЬ, И ДЕВЕЛОПЕРЫ ВЫНУЖДЕНЫ ЗАСТРАИВАТЬ ЭЛИТНЫМ ЖИЛЬЕМ БЫВШИЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕРРИТОРИИ ИЛИ ЗЕМЛИ КОММЕРЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ. ПЕРЕВЕСТИ ОБЪЕКТЫ, ПОСТРОЕННЫЕ НА ТАКИХ УЧАСТКАХ, В СТАТУС ЖИЛЫХ ПРАКТИЧЕСКИ НЕВОЗМОЖНО, А ПОТОМУ ВСЕ ЧАЩЕ В ПРЕМИАЛЬНОМ СЕГМЕНТЕ ПОПАДАЮТСЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПРОДАЖЕ АПАРТ-ОТЕЛЕЙ.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Апарт-отели, хоть и заявляются как гостиницы, в большинстве случаев приобретаются как жилье для личного проживания. Особенно такая практика характерна для элитных апарт-отелей в центре города, зданий с перспективными видами. Так, например, первый в этом сегменте в городе — жилой комплекс «Пятый элемент» на Крестовском острове, строился он как апарт-отель, но, по сути, на сегодняшний день там расположены элитные квартиры. Еще один пример — апарт-отель на набережной реки Фонтанки, 1, тоже перекалвалифицировался в элитный дом клубного типа.

В общем объеме первичного предложения на рынке элитной недвижимости Петербурга постепенно растет доля апарт-отелей. Если по итогам первого полугодия 2014 года этот формат был представлен только одним апарт-отелем, то ко второму полугодю 2015 года число комплексов, где открыты продажи апарт-отелей, выросло до семи (всего около 260 квартир в экспозиции).

Екатерина Запороженко, директор по продажам УК Docklands, отмечает: «Сейчас спрос на апарт-отели выше, чем количество предложений на рынке».

Заместитель директора по развитию Lotos Tower Елена Куприянова полагает, что в ближайшее время число апарт-отелей будет только расти. «Главный плюс апарт-комплекса высокого класса по сравнению с аналогичным жильем — это локация и видовые характеристики. Сейчас в Петербурге осталось уже мало по-настоящему элитных мест, в которых можно строить жилье. Стоимость апарт-отелей ниже примерно на 20%. Полагаю, в ближайшее время апарт-отели составят сильную конкуренцию жилым комплексам. Необходимо учесть, что апарт-отели имеют высокую инвестиционную привлекательность. Их можно отдать в управление и получать гарантированный доход. Поэтому доля рынка апарт-отелей вскоре увеличится», — добавляет госпожа Куприянова.

Константин Матыцын, руководитель отдела маркетинга и продаж компании Yard Group, добавляет: «По нашим оценкам, примерно 60–65% покупателей апарт-отелей — это инвесторы, которые могут рассчитывать на окупаемость своих вложений в течение семи-восьми лет».

«Среди крупнейших элитных апарт-отелей можно отметить проекты „Императорский яхт-клуб“ (общая площадь апарт-отелей 14,75 тыс. кв. м), „Монферран“ (9,9 тыс. кв. м) и „Голландия“ (7,38 тыс. кв. м). Доля продаж в апарт-отелях в общем объеме проданных квартир пока остается на уровне 10%. Однако по мере роста числа таких проектов доля апарт-отелей в первичных элитных продажах будет увеличиваться», — расска-



ЖК «ПЯТЫЙ ЭЛЕМЕНТ» НА КРЕСТОВСКОМ ОСТРОВЕ СТРОИЛСЯ КАК АПАРТ-ОТЕЛЬ, НО СЕГОДНЯ В НЕМ РАСПОЛОЖЕНЫ ЭЛИТНЫЕ КВАРТИРЫ

зывает маркетолог-аналитик ЗАО «БФА-Девелопмент» Екатерина Беляева.

Формат апарт-отелей становится более привычным, занимая позицию выгодной альтернативы традиционной квартире. Люди покупают не только небольшие метражи для сдачи в аренду, но и просторные двух- и трехкомнатные варианты для собственного проживания.

Стоимость апарт-отелей в бизнес-классе во втором квартале 2015 года в Петербурге возросла на 4,1%, так как новых объектов не вышло, а существующие увеличили степень своей готовности.

В элит-классе уровень цен вырос на 51%, вернувшись к показателям конца 2014 года в связи с выходом на рынок апарт-отелей на Невском проспекте, 68.

В общем объеме первичного предложения на рынке жилой недвижимости Петербурга доля апарт-отелей постепенно растет. Выход во втором квартале двух новых апарт-отелей — в Невском и Центральном районах города — подстегнул спрос, во втором квартале 2015 года он вырос на 28% по сравнению с началом года, отмечают в «БФА-Девелопмент».

К плюсам апарт-отеля можно отнести в первую очередь цену. Как правило, апарт-отели дешевле своих жилых аналогов на 10–15%. Разница вызвана нежилым статусом формата. Для жилья стандарты значительно жестче: это касается уровня инсоляции и качества вентиляции помещений, а также наличия окружающей инфраструктуры вокруг. «Впрочем, за последние годы разница в цене на элитные апарт-отели и жилые квартиры сильно

сократилась: в среднем за четыре года она снизилась с 40 до 12%», — говорит госпожа Беляева. Однако так было до 1 июля 2015 года. Теперь все может очень сильно поменяться, так как вступили в силу поправки к своду технических регламентов, напрямую затрагивающие апарт-отели. «В новом своде правил определено, что апарт-отелями будут называться „здания с жилыми помещениями, предназначенные для временного проживания“. Если раньше к данной категории застройки применялись нормативы и СНиПы нежилых помещений, то теперь к проектам апарт-отелей будут подходить с той же меркой, как и к жилым комплексам. Как это окончательно повлияет на цены, покажет время», — отмечает госпожа Беляева.

Второе достоинство — разнообразие форматов, представленных на рынке. Нередко в апарт-отельный комплекс превращается объект исторического наследия, и девелоперы при реконструкции таких зданий, как правило, обязаны сохранить основные конструктивные решения и исторический облик. Так, только в этом формате в Санкт-Петербурге по данным «БФА-Девелопмент», строится семь проектов в элитном сегменте, что равно 53 тыс. кв. м, а еще около 23 тыс. кв. м представлено в трех новых современных апарт-отелях бизнес-класса, половина квартир в которых уже продана.

К третьему плюсу апарт-отелей можно отнести их инвестиционную привлекательность. Количество инвестиционных сделок на ранних стадиях строительства апарт-отельных комплексов доходит до

20%. Доходность от сдачи в аренду наиболее ликвидных апарт-отелей может приносить 9–12% в год, в то время как квартиры приносят всего 4–7%. «Однако на текущий момент в России не так много грамотных управляющих компаний в этом формате. А для инвесторов принципиально важна доходность. Также для быстрой перепродажи апарт-отели не подходят, поскольку большинство людей интересуются классическими форматами жилья, и найти покупателя на апарт-отели будет сложно», — рассуждает госпожа Беляева.

Минусы у апарт-отелей также есть, однако как раз для элитного сегмента они не столь существенны. В первую очередь это отсутствие регистрации, так как апарт-отели относятся к коммерческой недвижимости, однако, как правило, у собственников элитных площадей проблем с альтернативной регистрацией нет. В крайнем случае, даже в таком формате жилья возможна временная регистрация сроком на пять лет.

Второй минус — высокие коммунальные платежи, рассчитываемые по тарифам коммерческих помещений. Таким образом, собственник апарт-отеля платит больше на 10% за воду, на 25% за тепло и примерно на 27% за электричество. В целом получается вдвое больше, чем за обычную квартиру в данной локации.

К третьему минусу можно отнести высокие налоги, которые считаются по ставкам для офисов или гостиниц. Но стоит учесть, что если апарт-отель входит в состав гостиничного комплекса, то налоговая ставка равняется 0,5% от кадастровой стоимости апарт-отелей. А если речь идет о многофункциональном комплексе с торговыми и офисными площадями, то ставка будет уже 2%. В любом случае, налоги для владельцев апарт-отелей в разы выше, чем для владельцев квартир, даже несмотря на то, что кадастровая стоимость апарт-отелей ниже жилья примерно на 20%.

Ну и к четвертому недостатку можно отнести отсутствие налогового вычета за данный формат жилья.

«Таким образом, апарт-отели — это далеко не универсальный формат жилья, который подойдет каждой семье. Например, апарт-отели подойдут бизнесменам, которые много времени проводят на работе. Это тот случай, когда элитная локация объекта и набор сопутствующих сервисов и удобств оптимально вписываются в стиль жизни делового человека. Сегодня в историческом центре Петербурга далеко не всегда самые привлекательные локации допускают строительство объектов жилого формата. Проект в формате апарт-отелей позволяет удовлетворить спрос покупателей, обеспечивая им все преимущества жизни в центре города в сочетании с современными стандартами качества», — говорит госпожа Беляева. ■

life* ЖИЛОЙ КВАРТАЛ
ПРИМОРСКИЙ

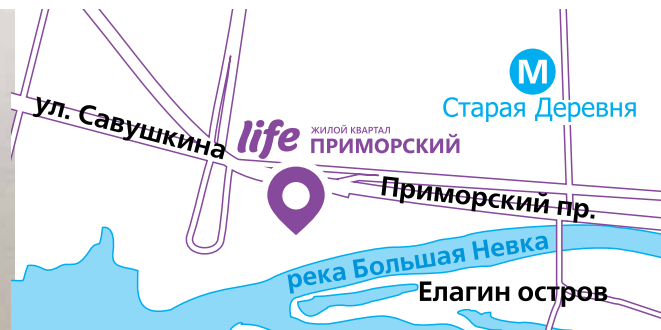


РЕКЛАМА

Ипотека, Рассрочка, 214-ФЗ

К Л Ю Ч
С Д А Ё М
В ЭТОМ ГОДУ!

машино-место в паркинге
или **отделка** квартиры ***
в подарок



**

+7(812)702 4222 **life-primorskiy.ru**

ПРОЕКТ ФИНАНСИРУЕТ
СБЕРБАНК
Всегда рядом
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР

*Жизнь. **Пионер. Застройщик: ООО «АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ «ПИОНЕР». Проектная декларация доступна на сайте: life-primorskiy.ru В соответствии с ФЗ № 214 Застройщик с целью обеспечения обязательств по заключаемым договорам с участниками долевого строительства осуществляет страхование своей гражданской ответственности, ОАО «Страховая компания «ЕВРОПА». Адрес объекта: Приморский пр., 52, литера Д. Ипотеку предоставляет ОАО «Сбербанк России», Генеральная лицензия ЦБ РФ №1481 от 08.08.2012. Рассрочку предоставляет Застройщик ООО «АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ «ПИОНЕР».***В подарок при покупке ряда видовых квартир, перечень квартир уточняйте у Застройщика

НАЗВАНИЕ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ УСПЕХА

НЕЙМИНГ В ЭЛИТНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ОКАЗЫВАЕТ ОГРОМНОЕ ВЛИЯНИЕ НА УСПЕШНОСТЬ ВСЕГО ПРОЕКТА В ЦЕЛОМ. ОДНА ИЗ ОСНОВНЫХ ЗАДАЧ НАЗВАНИЯ — ПОКАЗАТЬ УНИКАЛЬНОСТЬ ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА ИЛИ КЛУБНОГО ДОМА, ВЫДЕЛИТЬ ЕГО СРЕДИ МНОГИХ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Удачный нейминг, встроенный в общую маркетинговую стратегию, экономит бюджет на продвижение объекта, привлекает дополнительное внимание целевой аудитории, тогда как неудачный способен удлинить цикл продаж и привести к увеличению рекламного бюджета. Эксперты говорят, что при выборе названия объекта работает главное правило: «Как вы яхту назовете, так она и поплывет».

«К неймингу жилых комплексов нужно относиться очень внимательно, ведь одно неправильно подобранное слово может погубить продажи и негативно сказаться на реализации проекта», — говорит начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент» Светлана Денисова. Она отмечает, что успешное запоминающееся название делает жилой комплекс узнаваемым, объект легче найти в интернете и других источниках.

Заместитель директора по развитию Lotos Tower Елена Куприянова считает, что нейминг необходим жилью высокого класса в большей степени, нежели классам комфорт или эконом. «Название придает дому характерный облик и должно сформировать у покупателя понимание основных характеристик жилого комплекса», — говорит она.

Руководитель отдела маркетинга и продаж компании Yard Group Константин Матвеев согласен: «Нейминг отражает концепцию проекта и суть бренда».

Директор по маркетингу компании RBI (входит в холдинг RBI) Михаил Гушин считает, что грамотный нейминг способен подчеркнуть индивидуальность дома и выделить его на фоне остальных: «При этом важно, чтобы название дома, его основная идея жили вместе с внутренними интерьерами, элементами благоустройства — это все должны быть грани одного цельного образа».

Екатерина Запороженко, директор по продажам УК Docklands, все же не склонна переоценивать роль нейминга: «Название комплекса играет не решающую, но все-таки очень важную роль при принятии решения о покупке жилья».

Ольга Газеева, директор по продажам и маркетингу ГК «Еврострой», также полагает, что нейминг элитной недвижимости не имеет решающего значения. «Прежде всего это связано с тем, что на первый план в данном сегменте выходят иные характеристики объектов, которые воспринимаются как ключевые, — это местоположение, инфраструктура и безопасность, видовые характеристики, планировочные решения, инженерные системы, наличие паркинга. Кроме того, сказывается отсутствие насыщенной локальной конкуренции, которая могла бы быть выражена до такой степени, что клиенты воспринимали название комплекса как яркую характеристику, как-то влияющую на конечный выбор», — говорит госпожа Газеева.

ПРИВЯЗКА К МЕСТУ Эксперты отмечают, что покупателям интересны элитные



РОМАН ЯРОВОЙ

ОРИГИНАЛЬНАЯ ИДЕЯ МОЖЕТ ВОПЛОТИТЬСЯ И САМЫМ НЕОЖИДАННЫМ ОБРАЗОМ

объекты недвижимости с особым позиционированием, историей или легендой. Лучше всего запоминаются названия, связанные с местоположением объекта, его архитектурными особенностями или историческими характеристиками района.

В последние несколько лет наметилась тенденция использовать в нейминге жилых комплексов названия иностранных городов, например: «Марсель», «Вена», «Венеция», «Токио». «Иногда подобный нейминг оправдан, так как ассоциируется с качеством строительства и надежностью компании-застройщика. Но есть и очевидные неудачи, например, название ЖК «Твин Пикс», которое ассоциируется с местом, где убили Лору Палмер, или жилые комплексы с говорящими названиями «Рай в шалаше», «Забугорье», которые вызывают ассоциации с маленьким и некомфортным жильем», — рассуждает госпожа Денисова.

Господин Гушин отмечает: «Примером неудачного нейминга может быть повтор названия строящегося дома, которое уже использовалось и, не дай бог, при этом еще имело и не очень хороший имидж. Можно присоединяться к удачным историям, использовать выигрышные коннотации, но только понимая, что это действительно оправданно».

Полина Яковлева, директор департамента жилой недвижимости NAI Весаг, считает примером неудачного брендинга, когда жилой комплекс носит имя улицы, на которой расположен: «Это избито и не

привлекает внимание потенциальных покупателей».

Ирина Доброхотова, председатель совета директоров компании «Бест-Новострой», рассказала, что московская элита все чаще выбирает в качестве архитектурной составляющей своих проектов английскую классику. «Сегодня каждый третий объект на рынке городской элитной недвижимости Москвы имеет архитектуру в английском стиле либо разработан с участием английских дизайнеров или архитекторов. Поэтому большинство новых проектов носит чисто английские названия. В их числе: жилой комплекс Knightsbridge Private Park в районе Хамовников, Clerkenwell House также в Хамовниках, Royal House on Yauza в Наставническом переулке, ЖК «Английский квартал» на Мытной, проект St. Nickolas на Никольской улице и другие».

К примерам неудачного нейминга госпожа Доброхотова относит названия ЖК «Императорские Мытищи», а также малоэтажного жилого комплекса «Медовая долина», который недавно вышел на подмосковный рынок в местечке под названием Большое Свинорье. «Вероятно, девелопер хотел придать месту чуть большего благородства», — полагает госпожа Доброхотова.

ЦЕНА ВОПРОСА Елена Куприянова подсчитала, что в случае обращения «на сторону» стоимость всех работ по неймингу составляет от 1 до 5 млн рублей. «Бывали

случаи, когда жилые комплексы с разными репутациями обозначали похожими названиями», — предостерегает она девелоперов.

Екатерина Запороженко также считает, что разработка образа дома, «легенды» может стоить достаточно дорого — до нескольких миллионов рублей. «Грамотная подача, идея могут значительно повысить привлекательность объекта», — говорит она.

Госпожа Доброхотова рассказала, что разработкой нейминга для столичных проектов элитного класса нередко занимаются зарубежные компании. Это связано с тем, что, привлекая к проекту зарубежных архитекторов, проектировщиков, дизайнеров, девелоперы надеются повысить статус проекта и, как следствие, рассчитывают на прибавку к его цене. «Вместе с командой британских дизайнеров к процессу брендинга, «упаковки» проекта, а стало быть и нейминга, подключаются и международные агентства, постоянно сотрудничающие с тем или иным дизайнерским бюро. Конечно, услуги западных коллег обойдутся девелоперу процентов на 50% дороже, чем работа российских специалистов. Ценник у наших агентств начинается от 500 тыс. рублей. У зарубежных коллег цена нейминга стартует от €30 тыс. Предела совершенству нет. В эту сумму входит «слово» — название проекта и некая «легенда» проекта, объясняющая это самое название, концепция», — рассказала госпожа Доброхотова.

Она при этом отмечает, что сегодня происходит всплеск нестандартных, креативных решений. Ольга Газеева добавляет: «Стоимость разработки нейминга для элитного объекта была и остается достаточно высокой. Она начинается от 300 тыс. рублей и может превышать планку в 2 млн и более. Это зависит от выбора агентства, которые займется данной работой, его статуса, а также статуса и платежеспособности заказчика. Известны случаи, когда при условии участия абсолютных „звезд“ и с той, и с другой стороны, названия в результате получались не самыми запоминающимися и красивыми. В то же время много случаев, когда название, выбранное посредством мозгового штурма сотрудников офиса или придуманное собственником, который знает и любит объект больше, чем кто бы то ни было, прекрасно ложилось на слух и воспринималось на ура».

«Придумать имя объекту недвижимости самостоятельно — наименее затратный, но спорный путь. В таких ситуациях к разработке названия проекта компании привлекают внутренние ресурсы: маркетологов, пиарщиков, рекламщиков, копирайтеров. Большие вложения средств, как известно, не всегда гарантируют тот эффект, на который рассчитывают девелоперы, работая с брендинговым рекламным агентством. Однако при разработке нейминга элитной недвижимости стоит обращаться к профессионалам. Во-первых, если это реализация объекта бизнес- или элит-класса, так как чем выше класс, тем больше требований со стороны потенциальных покупателей к качеству визуализации, названия, публичного продвижения и креативу. Во-вторых, реализация проекта рассчитана на несколько лет. Учитывая объемы инвестиций в строительство жилого комплекса бизнес- или элит-класса, экономия на профессиональном нейминге будет не столь принципиальна», — уверена госпожа Денисова.

Впрочем, такую точку зрения разделяют не все девелоперы. Успешные застройщики, работающие на рынке элитного жилья, обходятся собственными силами. «Как правило, мы внутри придумываем названия, для нас это отдельный, увлекательный и интересный бизнес-процесс, которым мы с удовольствием занимаемся. На аутсорсинг можем отдать создание логотипа или разработку идеи рекламной кампании, но делаем это тоже нечасто», — рассказал господин Гушин.

Марина Агеева, директор по продажам жилой недвижимости УК «Теорема», резюмирует: «Нейминг — это вопрос идеи. Она может прийти, а может нет. За хорошую идею можно отблагодарить коробкой конфет, а можно заплатить 500 тыс. рублей и больше, но гарантии, что это название станет удачным и добавит преимуществ проекту, не будет. Профессиональное дорогое агентство сможет грамотно обосновать придуманный его сотрудниками вариант, проведет исследование, сделает психологический и фонетический анализ, проверит наличие таких названий в городе, стране и мире, но это все антураж, а не суть. Суть рождается мгновенно. Может, то самое название случайно прозвучит в разговоре или придет в голову в любой другой момент, это именно идея, вопрос счастливого случая. И цена ее определяется тем, кому и когда в голову она пришла — секретарю за чашечкой кофе или менеджеру брендового агентства на совещании». ■

ДЕВЕЛОПЕРОВ ПОТЯНУЛО К ВОДЕ

В БЛИЖАЙШИЕ ПЯТЬ ЛЕТ В ПЕТЕРБУРГЕ ПОЯВИТСЯ ТРИДЦАТЬ ПРОЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ У ВОДЫ. ТЕРРИТОРИИ, ОБЛАДАЮЩИЕ ТАКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ, РАСПОЛОЖЕНЫ НА ПЕТРОВСКОМ ОСТРОВЕ, ЛЕОНТЬЕВСКОМ МЫСЕ, ВДОЛЬ РЕК БОЛЬШАЯ, СРЕДНЯЯ И МАЛАЯ НЕВКА, КОРАБЕЛЬНОГО И ПЕТРОВСКОГО КАНАЛОВ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Одновременно с реализацией проектов жилья в городе могут появиться и новые набережные. Драйвером их создания станут сами застройщики, к такому выводу пришли участники круглого стола «Жилая недвижимость Петербурга: вид с воды».

Как отметила Екатерина Немченко, директор департамента жилой недвижимости Knight Frank St. Petersburg, основное освоение земельных участков у воды, в том числе редевелопмент, будет происходить в Петроградском, Василеостровском, Приморском и Центральном районах.

«Анализ проектов, заявленных к реализации в период до 2020 года, находящихся в текущий момент в различных стадиях проработки, включая новые очереди существующих проектов, показал, что в ближайшие пять лет в Петербурге в непосредственной близости от рек и каналов появится около 1,2 млн кв. м жилья у воды. Из них девять проектов заявлены как элитное жилье, 19 проектов бизнес-класса и два проекта экономкласса», — добавила Екатерина Немченко.

По ее словам, в Петербурге есть потенциал для создания и самих набережных. Их явный недостаток в городе компенсируют отдельные застройщики в своих проектах.

По мнению Евгении Колесовой, руководителя департамента экономического анализа и исследований института территориального планирования «Урбаника», это будут принципиально новые для Петербурга набережные. В отличие от привычных мощенных гранитом и не предусматривающих спуска к воде улиц, девелоперы, следуя запросу общества и покупателей, будут все чаще обустраивать на набережных общественные пространства. «По этому пути уже давно идут европейские города, в которых, как и в Петербурге, активно идет процесс редевелопмента расположенных на берегах промышленных предприятий. Впрочем, в отличие от европейских и некоторых российских городов, пока шаги по обустройству на набережных общественных пространств делают только девелоперы, а городские власти инициативы не проявляют», — говорит госпожа Колесова.

Одной из первых новых городских набережных должно стать пространство на Петроградской стороне в составе элитного жилого комплекса «Леонтьевский мыс», рассказал генеральный директор одноименной девелоперской компании Игорь Оноков. Протяженность новой набережной составит более 600 метров, и она будет доступна для всех горожан. «Это поможет создать точку притяжения по аналогии со стрелкой Васильевского острова. Во всяком случае, именно на это мы рассчитываем, — оповорит он. — Сейчас мы оформляем все юридические нюансы благоустройства набережной, после чего приступим к ее оформле-

нию по дизайн-проекту студии Филиппа Старка YOO Inspired by Starck, который, помимо дизайна интерьеров квартир, оформил для проекта и общественные пространства».

Константин Ковалев, первый заместитель генерального директора ГК «Пионер», направление «Санкт-Петербург», уточнил, что при создании общественных пространств у воды необходимо продумывать для них максимально возможный функционал.

«Разрабатывая концепцию набережной протяженностью более полутора километров в рамках проекта „Life-Приморский“, мы подумали о ее насыщении объектами инфраструктуры, чтобы избежать стихийного развития территории. Приморский

променад призван вернуть людям открытую и комфортную прибрежную среду, способную поддержать стремление горожан к различным формам активности. Таким образом, мы планируем создать функциональное и востребованное прибрежное пространство нового типа», — рассказал Константин Ковалев.

На сегодня Петербург занимает одно из первых мест в мире по количеству и объему водоемов и водных артерий на своей территории. По последним данным, в его черте находятся 93 реки (включая рукава, протоки и каналы) общей длиной около 300 км и около 100 водоемов (озер, искусственных и естественных прудов). Общая протяженность всех набережных на сегодня составляет 300 километров. ■



ВИД ИЗ ОКОН НА ВОДУ — БОЛЬШОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ГОРОДСКОГО ЖИЛЬЯ

ШОУ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ

ОФИСЫ ПРОДАЖ ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ СЕГОДНЯ СЛУЖАТ НЕ ТОЛЬКО ОФИСОМ В ПРЯМОМ СМЫСЛЕ ЭТОГО СЛОВА, НО И ШОУ-РУМОМ, ДОСУГОВЫМ ЦЕНТРОМ, EVENT-ПЛОЩАДКОЙ, ВЫСТАВОЧНЫМ ПРОСТРАНСТВОМ.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

На организацию и оформление этих пространств отделами маркетинга компаний, как правило, отводится солидный бюджет (от 200 тыс. до 5 млн рублей, что составляет примерно 1–5% от маркетингового бюджета на проект). «И это не расточительство, офис продаж на объекте — лицо компании в глазах дошедшего до стройплощадки покупателя. Квартира или даже дом-образец, полностью готовый к проживанию, возникает задолго до окончания строительства», — полагает Ирина Доброхотова, председатель совета директоров компании «Бест-Новострой».

Начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент» Светлана Денисова отмечает, что сегодня в офисе продаж не пытаются разместить массу информации по поводу материалов строительства, скорее речь идет об инженерных системах и визуализации фасадных решений. «В офис продаж элитной недвижимости клиент не приходит неподготовленным настолько, что ему приходится рассказывать, какая будет звукоизоляция, гидроизоляция. Конечно, при продаже элитного жилья менеджер должен быть готов ответить на любые вопросы, но эти материалы не выносятся на авансцену. Содержанием беседы являются аура места, рассказ о том, какого уровня публика здесь будет проживать, возможна ссылка, если это оговорено условиями контракта, на публичную персону, которая приобрела жилье в данном доме. В офисе должны работать исключительно хорошо подготовленные люди, которые способны поддержать беседу на разные темы, не только в пределах тематики объекта, умеют реагировать на шутки и юмор. Это должен быть пролонгированный по времени и интересный для клиента контакт. Чем выше класс объекта, тем большее значение имеет лич-

ность менеджера», — говорит госпожа Денисова.

Денис Бабаков, коммерческий директор «ЛСР. Недвижимость — Северо-Запад», добавляет, что в офисах продаж желательно иметь несколько переговорных зон, обеспечивающих приватность переговоров.

Екатерина Запороженко, директор по продажам УК Docklands, отмечает, что в офисе продаж обязательно должен быть шоу-рум. «В части помещения офиса продаж стоит воплотить в жизнь дизайн проект помещения, чтобы у покупателя была возможность в полной мере ощутить атмосферу обладания этим объектом недвижимости», — говорит она.

Руководитель группы компании МДС Михаил Соколов отмечает, что в офисах продаж также обязательно наличие двух основных зон — «деловой» и «для отдыха». «Но, пожалуй, в основном все действуют в меру своего воображения и имеющихся средств. Главным критерием все-таки остается профессионализм специалистов агентства», — рассуждает он.

Директор по маркетингу компании RBI (входит в холдинг RBI) Михаил Гущин говорит, что его компания для офисов продаж нашла нетиповое решение. «Наш офис продаж элитного жилья выглядит как реальная трехкомнатная квартира в комплексе „Александрия“, который мы построили на улице Новгородской, 23, по проекту Рикардо Бофилла. Реальны не только размер, планировка, но и отделка, предметы интерьера».

Денис Лола, директор по маркетингу ГК «Пионер», направление «Санкт-Петербург», рассказывает, что в жилом квартале «Life-Приморский» организован двухуровневый шоу-рум, на первом уровне которого располагается кинозал. «В нем

наши клиенты имеют возможность посмотреть презентационный фильм о жилом квартале, который представляет собой не просто рекламный ролик, а настоящее сюжетное кино с актерами и спецэффектами. В видео в деталях раскрываются все преимущества проекта. На втором уровне шоу-рума размещены прототипы квартир с отделкой, мебелью, техникой».

Евгений Богданов, генерального директора финского проектного бюро Rumpu, считает, что сегодня самый оригинальный офис продаж у жилого комплекса «ЗилАрт» компании ЛСР в Москве. «Это проект комплексного освоения территории и девелопмента площадки ЗИЛа. В здании с видеофасадом выполнен ультрасовременный ремонт с использованием передовых технологий. На сегодняшний день это самый лучший офис продаж жилья в России», — уверен он.

Полина Яковлева, директор департамента жилой недвижимости NAI Bescar, говорит, что тенденция размещения офисов в продаж в демоквартирах сейчас только начинает развиваться. «Первым в Петербурге такой формат ввел Филипп Старк, дизайнер, который работал над проектом „Леонтьевского мыса“. Думаю, что такая тенденция крайне перспективна, так как потенциальный покупатель сразу попадает в обстановку будущей квартиры и с большей готовностью пойдет на сделку», — полагает она.

«Современные офисы продаж могут быть настоящими произведениями искусства — гламурными, технологичными и мобильными. Но чаще всего девелоперы элитных жилых комплексов все же ограничиваются в своих офисах подробным макетом строящегося объекта, видеоинсталляцией вариантов дизайна и технократичным дизайном самого офиса

продаж. Строить квартиры с типовыми планировками в шоу-руме — нонсенс для элитных проектов», — полагает госпожа Доброхотова.

Технология, по которой работают шоу-румы в недвижимости, во многом позаимствована у ритейлеров. Например, в крупных мебельных магазинах создаются варианты обстановки квартир. Покупатель может посмотреть, потрогать и составить собственное мнение о том, как тот или иной предмет будет смотреться в интерьерах его квартиры или просто позаимствовать дизайнерскую идею. На рынке жилой недвижимости в офисах продаж часто представлены сразу несколько типов квартир с дизайнерской отделкой, что наглядно демонстрирует достоинства планировочных решений, креативный подход к дизайну жилых пространств и качество строительных и отделочных материалов. При этом функционально такое помещение параллельно служит полноценным офисом продаж.

Руководитель отдела маркетинга и продаж компании Yard Group Константин Матыцын рассказывает, что часто шоу-румы создаются не в коробке строящегося дома, а в отделе продаж, например. «На стройплощадке идет разработка котлована, а потенциальный покупатель уже может „потрогать“ продукт в отделе продаж», — говорит он.

Заместитель директора по развитию Lotos Tower Елена Куприянова считает, что шоу-рум должен быть комфортный, деловой, иметь отдельный зал для переговоров: «Шоу-румы должны формировать у покупателя желание поселиться в этом доме. Если позволяют этапы строительства, то их можно разместить в самом строящемся объекте, чтобы покупатели имели представление, как будет выглядеть их жилье».

Игорь Оноков, генеральный директор девелоперской компании «Леонтьевский мыс», впрочем, считает, что для покупателя больше всего важен не сам офис продаж и его оформление, а сервис.

Директор по маркетингу ООО «Н+Н» Майя Афанасьева отмечает, что при продаже элитной недвижимости лучше оформлять интерьеры в классическом стиле: спокойная цветовая гамма и сопутствующая обстановка лучше воспринимаются уважаемыми клиентами.

Ирина Могилатова, генеральный директор агентства недвижимости Tweed, резюмирует: «Временные сооружения под офисы продаж — удел экономкласса. На рынке элитной недвижимости будущее за шоу-румами. Это абсолютно атмосферный формат, который, что называется, показывает товар лицом и помогает людям принять решение о покупке. В шоу-руме квартира воссоздается во всей красе. Ведь если жилье продается без отделки, абсолютно непонятно, как оно будет выглядеть с ремонтом, а шоу-рум это демонстрирует наилучшим образом. Кроме того, вместе с недвижимостью можно „продать“ еще и ремонт. Таким образом, получается „пакетное“ продвижение товара и услуг: когда в шоу-руме качественно выполнен ремонт, покупатель может взять в подряд рабочих». ■



ЧЕМ НАГЛЯДНЕЕ ПРЕДСТАВЛЯЕТСЯ ЖИЛЬЕ ПОТЕНЦИАЛЬНОМУ ПОКУПАТЕЛЮ, ТЕМ БОЛЬШЕ ШАНСОВ НА ХОРОШИЕ ПРОДАЖИ



Санкт-Петербург, Крестовский остров, Морской проспект, 29

- ▶ 7-этажный жилой дом на 80 квартир
- ▶ Коммерческие помещения на первом этаже
- ▶ 2-уровневый теплый паркинг
- ▶ Замкнутый внутренний двор
- ▶ Инфраструктура Крестовского острова
- ▶ Фруктовый сад

Прототипами архитектурной идеи нового дома выступили образцы итальянской архитектуры эпохи Возрождения, такие, как знаменитая церковь XVI века Сан-Джорджо Маджоре в Венеции, построенная по проекту Андреа Палладио, и архитектурный ансамбль площади Синьории в Вероне. В отделке фасадов будут применены натуральный облицовочный камень и лицевой кирпич — типичное сочетание для архитектуры эпохи Возрождения.

Строящийся дом на Крестовском острове

От застройщика
дома «Венеция»

Продажа квартир и офисов в центре Петербурга

Центр продаж: Санкт-Петербург, ул. Кирочная, 39

8 (812) **688 88 88** | **68888888.ru**

ОАО СК «Возрождение Санкт-Петербурга». Свидетельство №0010.02-2009 – 7803048130-С-003 от 26.01.2012
Санкт-Петербург, Морской проспект, дом 29, лит. А. Проектная декларация на сайте www.68888888.ru
Реклама



ПАРКИ МОГУТ СТАТЬ БОЛЬШЕ

В ЗАКОНОДАТЕЛЬНОМ СОБРАНИИ ПРЕДЛОЖИЛИ УВЕЛИЧИТЬ ПЛОЩАДЬ ПАРКОВ 300-ЛЕТИЯ ПЕТЕРБУРГА И ПУЛКОВСКОГО ЗА СЧЕТ ПРИЛЕГАЮЩИХ ТЕРРИТОРИЙ.

На них планировалось строительство объектов инфраструктуры, но планы не состоялись. Комиссия по городскому хозяйству Законодательного собрания города выступила с предложением об увеличении на 3,9 гектара парка 300-летия Петербурга и на 1,82 гектара — Пулковского парка. Участок, который хотят сделать частью парка 300-летия, расположен к северо-западу от него. Там должен был появиться спортивный комплекс хоккейного клуба СКА, но проект так и не был реализован. Пулковский парк может расшириться за счет земель вдоль Пулковского шоссе — для осуществления инвестиционного проекта на этом участке желающих не нашлось.

По материалам www.restate.ru



ЭТА ЧАСТЬ БЕРЕГА ПЕРЕД ЖК «ЗОЛОТАЯ ГАВАНЬ» МОЖЕТ ВОЙТИ В СОСТАВ ПАРКА 300-ЛЕТИЯ ПЕТЕРБУРГА

НОНКА СОЗДАЕТ «ФИНСКИЙ ПРИГОРОД» ПОД МОСКВОЙ

КОМПАНИЯ НОНКА В СОДРУЖЕСТВЕ С RDI, ОДНОЙ ИЗ ВЕДУЩИХ ДЕВЕЛОПЕРСКИХ КОМПАНИЙ МОСКОВСКОГО РЕГИОНА, СТРОИТ В 25 КМ ОТ МКАД ЗАГОРОДНЫЙ КОМПЛЕКС С ДЕРЕВЯННЫМИ ДОМАМИ В СОВРЕМЕННОЙ АРХИТЕКТУРНОЙ СТИЛИСТИКЕ.

АЛЬБИНА САМОЙЛОВА



Комплекс резиденций в поселке Солнечное под Петербургом — Nonkanova Concept Residence — получил свое продолжение под Москвой. Здесь начато строительство коттеджного поселка «Финский пригород» на территории природного комплекса общей площадью более 1000 га — новый поселок является частью проекта «Природный парк „Каменка“».

В «Финском пригороде» на площади 6,6 га будет расположено 26 домовладений. На участках, площадь которых начинается от 14 соток, планируется строительство домов восьми типов от 206 до 467 кв. м. Основной строительный материал — финский клееный брус. Сроки реализации проекта — 2015–2017 годы.

Проекты домов разработаны главным архитектором компании «Росса Ракенне СПб» в Петербурге Алексеем Сколдиновым для комплекса резиденций на Финском заливе Nonkanova Concept Residence. В основу архитектурного решения положена эстетика средиземноморского стиля, с характерными для него панорамными окнами, высокими потолками, открытыми внутренними пространствами и просторными террасами. «Стилистику всегда определяет технология, — рассказывает Алексей Сколдинов.

— Мы понимали, что в первую очередь должны сохранить традиции деревянной архитектуры Nonka, ее экологичность, ее качество».

Окруженный с двух сторон лесом, новый жилой квартал под Москвой отличается не только удачным месторасположением, но и хорошей транспортной доступностью. Кстати, жители Троицкого административного округа, к которому относится территория «Финского пригорода», имеют московскую прописку.

В парке, на территории которого расположен «Финский пригород», есть самые разные природные ландшафты: черно-ольховые, лиственно-хвойные леса и луга. Площадь только лесных угодий составляет более 800 га. Общая площадь водных ресурсов — около 22 га (озеро Лебяжье и ручей Лесной). Это крупнейший водный бассейн в этом районе после реки Пахра.

Исторически здешние районы Подмосковья были местом летнего отдыха москвичей. Сегодня, когда инфраструктура активно развивается, этот район вполне подходит для круглогодичного проживания. Рядом с «Финским пригородом» находится сразу несколько физкультурно-оздоровительных комплексов, бассейнов и спортивных школ (в том числе одна из самых крупных теннисных школ в России —

Русская теннисная академия в Рогозинино) и конно-спортивный комплекс «Иппо» в Боталово. В близлежащих городских поселениях — Апрелевке, Троицке и Селятино — много детских образовательных учреждений. Концепцией проекта предусмотрено строительство детской площадки, въездной группы с мини-маркетом и помещением для охраны, асфальтированных дорог и гостевой парковки. Поблизости расположено множество магазинов и моллов, в том числе Vnukovo Outlet Village, ТРЦ «Рио» и ТЦ «Весна».

Финская компания Nonka — мировой лидер в области деревянного домостроения. Она создана более полувека назад, дома Nonka возводятся более чем в 50 странах мира. В России с 1995 года эксклюзивным дистрибутором концерна Nonka является компания «Росса Ракенне СПб», осуществляющая весь комплекс работ, связанных со строительством деревянных домов и коттеджных поселков премиум-класса.

За двадцать лет работы в России построено более 2000 объектов, а также коммерческие здания и 16 коттеджных поселков. Офисы компании осуществляют деятельность в Петербурге, Москве, Перми, Казани, Екатеринбурге, Новосибирске, а с 2015 года — еще и в Казахстане. ■

НОВУЮ ГОЛЛАНДИЮ ОБНОВЯТ

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ЭКСПЕРТИЗА ОДОБРИЛА ПРОЕКТ РЕНОВАЦИИ ОСТРОВА
НОВАЯ ГОЛЛАНДИЯ В АДМИРАЛТЕЙСКОМ РАЙОНЕ ПЕТЕРБУРГА.

Процесс будет идти в шесть этапов и продлится до 2025 года. Но для посетителей объект откроют гораздо раньше — по планам уже в конце лета 2016 года.

Об этом сообщает РИА Новости со ссылкой на администрацию города. В частности, произойдет обновление нескольких корпусов архитектурного ансамбля и капитально-реставрационный ремонт части береговых укреплений.

В 2017 году стартует второй этап реновации, который затронет здания кузни и тюрьмы, Арестантской башни, мостов и набережных. Также девелопер — структура компании «Миллхаус», принадлежащей Роману Абрамовичу — благоустроит парковую зону на острове. Всего на обновление Новой Голландии потратят 12 млрд рублей, по данным www.restate.ru.

Новая Голландия — единственный в своем роде памятник промышленной архитектуры раннего классицизма. Площадь острова — 7,8 га, с петровских времен здесь находились склады корабельного леса, позже — объекты различного назначения для судостроительной отрасли. До 2004 года здесь были службы Балтийского флота. Одиннадцать сооружений комплекса — памятники федерального значения.

В 2004 году права на остров были переданы администрации Петербурга, и



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

она объявила тендер на его реконструкцию. В 2006 году в конкурсе победило ООО «СТ „Новая Голландия“» — по заказу этой компании проект многофункционального комплекса с театральными

площадками, конференц-залами, галерей, гостиницей и ресторанами разработало архитектурное бюро Нормана Фостера. Но проект осуществлен не был. В 2010 году конкурс на реконструкцию

Новой Голландии выиграла компания Романа Абрамовича. Лето 2011 года стало для этого памятника знаменательным — впервые за 300 лет Новая Голландия открылась для посетителей. ■

ЛЕОНТЬЕВСКИЙ
Мыс

С ВЫСОТЫ
РАСПОЛОЖЕНИЯ

(812) 999-44-00
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ЖДАНОВСКАЯ УЛ., 45

yoo
Inspired by
STACK

ООО «ЛЕОНТЬЕВСКИЙ МЫС». ОБЪЕКТ СТРОИТСЯ ПО 214 ФЗ.
ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ LMSPB.RU.
ФИНАНСОВЫЙ ПАРТНЕР — ПАО «БАНК БФА».
* ВДОХНОВЛЕННЫЕ СТАРКОМ

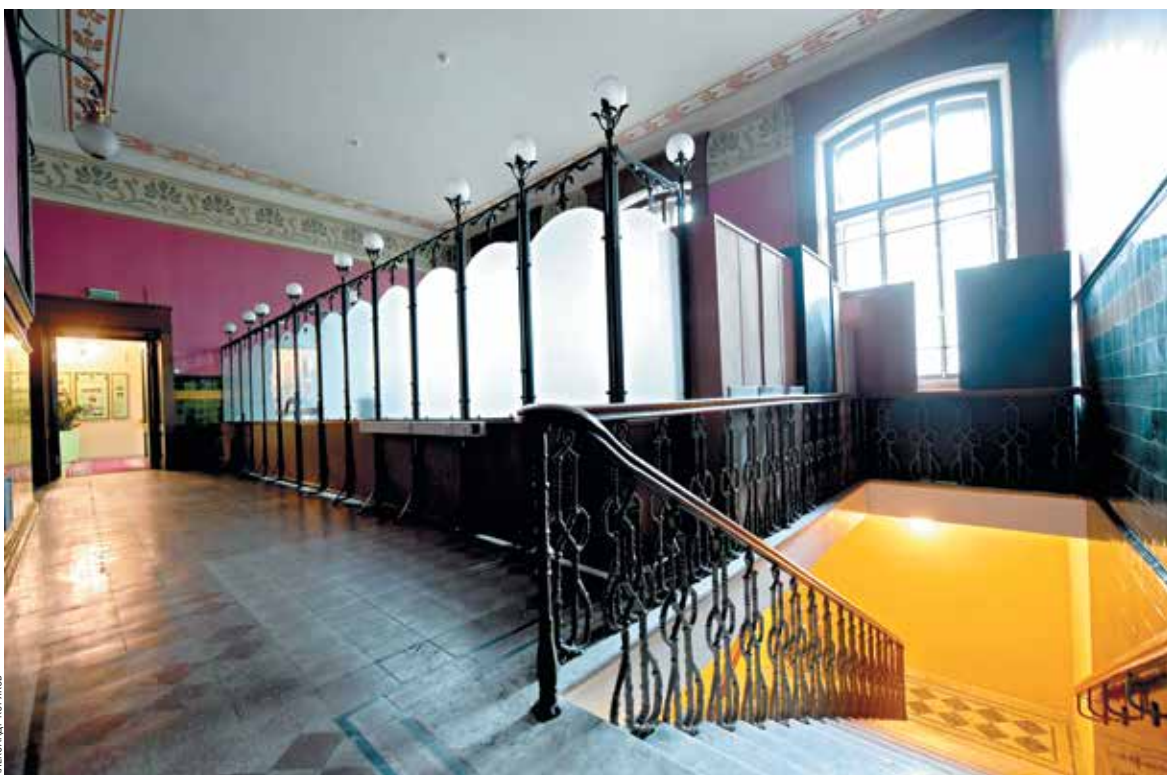
РЕКЛАМА

ПЕРВЫЙ ДОМ ДЛЯ НАРОДА

ИЗЯЩНОЕ ЗДАНИЕ НА ЛЕСНОМ ПРОСПЕКТЕ, 19, В КОТОРОМ СЕГОДНЯ РАСПОЛОЖИЛОСЬ КАЛИНИНСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ СБЕРБАНКА, КОГДА-ТО НЕ ИМЕЛО НИКАКОГО ОТНОШЕНИЯ К БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ. СЧИТАЕТСЯ, ЧТО ЭТО ПЕРВЫЙ В ПЕТЕРБУРГЕ И ОДИН ИЗ ПЕРВЫХ В РОССИИ НАРОДНЫЙ ДОМ — ОН ПОСТРОЕН В САМОМ НАЧАЛЕ XX ВЕКА ДЛЯ ПРОСВЕЩЕНИЯ ТРУДЯЩИХСЯ НА СРЕДСТВА ЭММАНУИЛА НОБЕЛЯ, ВЛАДЕЛЬЦА МЕХАНИЧЕСКОГО ЗАВОДА «ЛЮДВИГ НОБЕЛЬ» И ПРЕДСТАВИТЕЛЯ ШВЕДСКОЙ СЕМЬИ ЗНАМЕНИТЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ, ЖИВШЕЙ В ТО ВРЕМЯ В РОССИИ. АЛЬБИНА САМОЙЛОВА



В ЭТОМ ДОМЕ ТРУДЯЩИХСЯ НАЧАЛА ПРОШЛОГО ВЕКА ОБРАЗОВЫВАЛИ И ОТУЧАЛИ ОТ ПЬЯНСТВА



ИНТЕРЬЕР И НЫНЕШНИЙ БАНКОВСКИЙ АНТУРАЖ СОЗДАНЫ В ДУХЕ ПЕТЕРБУРГСКОГО МОДЕРНА

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Надо сказать, что с семейством Нобеля связан не только этот дом, но еще и территория Лесного проспекта, прилегающая к нему. Рядом, в особняке под номером 21, построенном архитектором Романом Мельцером, а позже — расширенном для сестры хозяина по проекту Федора Лидваля, жил сам Эммануил. Дом 20, также архитектора Лидваля, был доходным домом Нобеля, а во дворах между Лесным и Сампсониевским проспектами находился Нобелевский городок — дома для рабочих завода Нобеля.

Предшественниками народных домов в России были аналоги в Англии. В России эти учреждения также создавались с определенной целью: организовать культурный досуг населения, бороться с неграмотностью, развивать внешкольное образование, вести лекционную работу и таким образом бороться с пьянством. При некоторых народных домах устраивались музеи, где собирали различные наглядные пособия для лекций, передвижные и постоянно действующие выставки.

Нобелевское культурно-просветительское учреждение для трудящихся (тогда его еще называли «Читальня и зал для народных чтений») строилось с 1897 по 1901 год по проекту архитектора Романа Мельцера. Выбор Эммануила Нобеля выглядел несколько странным, но зато бесприоритетным: Мельцер был архитектором императорского двора, занимался интерьерами множества царских резиденций: Зимнего и Аничковых дворцов, Александровского дворца в Царском Селе, Нижнего дворца и Коттеджа в Петергофе, императорского дворца в Ливадии. В 1900 году Мельцер был назначен главным архитектором русского павильона на Всемирной выставке в Париже.

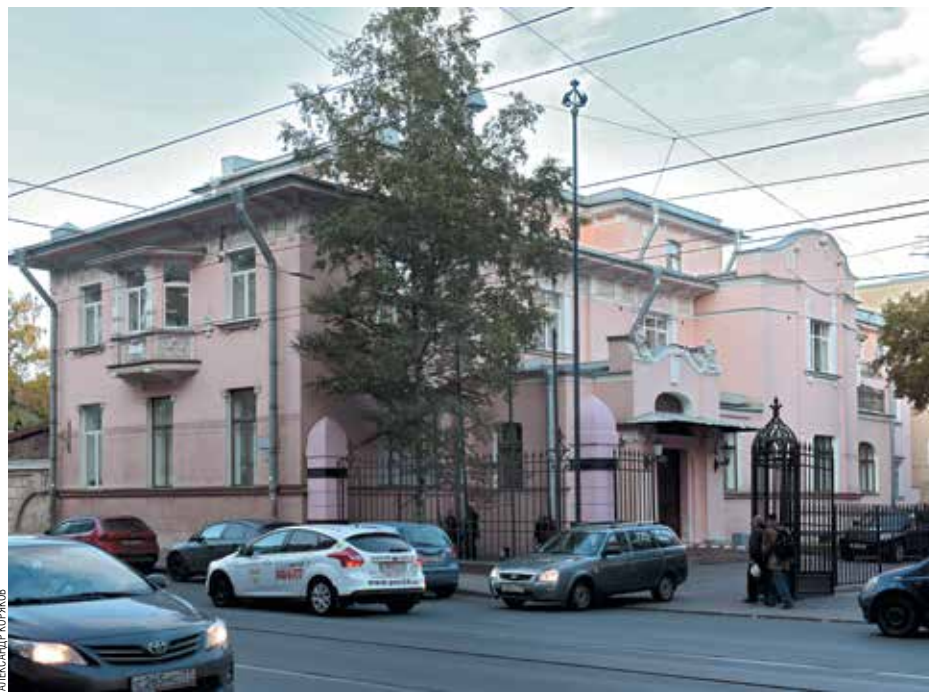
Здание Народного дома в стиле модерн отдаленно напоминает маленький замок, благодаря угловой башне и декору фасада. С наличниками красного цвета на фоне гладко оштукатуренного желтого фасада оно выглядит нарядно и даже затейливо. Двухэтажное здание состоит из двух асимметричных корпусов, основной — с выступающей башней. Оба корпуса с боковыми ризалитами (выступающими частями здания во всю его высоту) имеют отдельные входы. Кронштейны металлических навесов изящно изогнуты — эта характерная для стиля модерн линия называется «ударом бича». Ризалит со стороны двора с узкими тройными окнами увенчан декоративной стенкой над карнизом — ступенчатым аттиком. Со стороны проспекта — на вершине ризалита установлена кованая решетка. Главный вход с парадной лестницей и просторным вестибюлем был устроен со стороны проспекта.

В Народном доме размещалась библиотека, в отдельных помещениях работали кружки, была открыта бильярдная, на первом этаже — обширный зал для вечеров и собраний, на втором — лекционный зал. В народном доме читались научно-популярные лекции, здесь бывали многие известные деятели науки и культуры. А 30 октября 1901 года в только что открытом доме Эммануил Нобель проводил демонстрацию дизельного двигателя. Двигатель был его гордостью: в 1898 году, заплатив огромные деньги, Нобель купил лицензию на двигатель внутреннего сгорания Рудольфа Дизеля и внес в него некоторые конструктивные изменения. Двигатель теперь мог работать на нефти, а не на керосине. С 1899 года завод развернул массовое производство дизелей, а на Всемирной выставке в Париже в 1900 году двигатель получил Гран-при. В Европе он получил название «русский дизель». Кстати, именно так был назван уже после революции национализированный завод — Нобель навсегда покинул Россию.

Во время Первой мировой войны на средства семьи Нобелей в народном доме открылся лазарет на 150 пациентов. А старшим врачом лазарета для раненых нижних чинов стала доктор Марта Нобель-Олейникова, врач-хирург, автор научных работ по хирургии и рентгенологии, сестра Эммануила.

После Октябрьской революции в здании размещался Дом коммунистического просвещения молодежи им. Плеханова. С начала 1930-х — Детский дом культуры, с 1973 года — Дом пионеров и школьников Калининского района.

В 1995 году здание приватизировал Сбербанк России для одного из своих фи-



АЛЕКСАНДР КОРЖКОВ

В ЭТОМ НЕБРОСКОМ, НО НЕПРОСТОМ ПО АРХИТЕКТУРНОМУ РЕШЕНИЮ ОСОБНЯКЕ ЖИЛИ ПОСЛЕДНИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛИ ДИНАСТИИ НОБЕЛЕЙ В ПЕТЕРБУРГЕ

лиалов. Тогда же начались работы по воссозданию исторического облика памятника и его адаптации для новой функции по проекту НИПИ «Спецпроектреставрация» и ООО «Тирс». Реставрационные работы проводили СП ТОО «Лазурь и Обернедер», ООО «ЛИГ», фирма ВВС, ООО «Метрополис». Воссозданием некоторых деталей интерьера и восстановлением исторических светильников занимались «Росвуздизайн» и Союз дизайнеров.

В здании воссозданы и отреставрированы оригинальные элементы кованой решетки, калитки и ворот ограды со сто-

роны Лесного проспекта, керамический декор в вестибюлях бра, уличные фонари у центрального входа. В стиле раннего модерна было создано банковское оборудование из ценных пород дерева, кованого металла со вставками из стекла.

По проекту, учитывая требования КГИОП, реставрация проводилась только в главных парадных помещениях, сохранивших элементы художественной отделки. Интерьеры других помещений — современные. Чердачные помещения были переоборудованы в мансарду с сохранением конфигурации кровли.

Здание Народного дома со стороны Лесного проспекта соединено с особняком Эммануила Нобеля изящной металлической оградой на гранитном цоколе. Она была создана также по проекту архитектора Романа Мельцера, как в 1904 году и сам особняк в стиле модерн. Дом также имеет свою историю, свидетельствующую о семейной любви. Это светлое асимметричное трехэтажное здание вытянуто по горизонтали. Главный фасад представляет собой ломаную линию и обращен в сторону двора. Интересная особенность: декор не повторяется, а окна различны по величине и конфигурации. Иначе выглядит боковой фасад, обращенный к проспекту: он плоский, симметричный, с застекленным эркером.

В 1910 году особняк был расширен по проекту архитектора Лидваля. Хозяин дома сделал это для своей сестры. Марта Нобель вышла замуж за известного русского военного врача Георгия Олейникова, он был незнатного происхождения и намного старше ее. После замужества Марта окончила петербургский Женский медицинский институт, работала хирургом в Обуховской больнице. Семья испытывала трудности, и Эммануил Нобель сделал свой особняк больше за счет правого крыла во дворе, чтобы сестра с мужем могли там поселиться. А после Октябрьской революции, с 1918-го до своей смерти в 1932 году, одинокий Эммануил Нобель жил в Стокгольме, у своей сестры Марты и зятя Георгия.

Сегодня в истории Петербурга этот дом называют особняком Нобеля — особняком Олейниковой. Он входит в число памятников архитектуры регионального и федерального значения. ■

Усадьба подана! Увольте-с!

УСАДЬБА НА ЛАНСКОМ

Пр. Энгельса, 2

БЕСПРОЦЕНТНАЯ РАССРОЧКА
до конца 2017 года
ВКЛЮЧЕНА В ЦЕНУ¹

ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС БИЗНЕС-КЛАССА В ОКРУЖЕНИИ ПАРКОВ

Звони, не пропадай!

+7(812) **703-52-00**

www.lanskoe.com
info@lanskoe.com

11,4%²

Ипотека с государственной поддержкой

Группа компаний «С.З.Р.»

17 лет с Вами!

¹ При единовременной оплате в размере от 30% от стоимости квартиры предоставляется беспроцентная рассрочка. Остаток - равными ежемесячными платежами до конца 4 квартала 2017 года. Застройщик - ООО «БП Истейт-Ланское». С подробностями об организаторе акций, правилах проведения и проектной декларацией можно ознакомиться на сайте www.lanskoe.com.

² Программа Сбербанка. Первоначальный взнос: от 20% стоимости приобретаемого жилого помещения. Срок кредита: от 12 месяцев до 30 лет (включительно). Процентная ставка в рублях: от 11,4% до и после регистрации ипотеки. Валюта кредита: рубли. ПАО Сбербанк. Подробности на сайте www.sberbank.ru или по телефону 8 (800) 555 55 50. Генеральная лицензия Банка России № 1481 от 11.08.2015. Реклама.



ФАСАД ОТЕЛЯ НАПОМИНАЕТ О ТОМ, ЧТО ЗДЕСЬ БЫЛО ЗДАНИЕ В СТИЛЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ АРХИТЕКТУРЫ



ОТДОХНУТЬ НА СВЕЖЕМ ВОЗДУХЕ МОЖНО ВО ВНУТРЕННЕМ САДИКЕ, НЕ ВЫХОДЯ ИЗ ОТЕЛЯ

В СТИЛЕ БОГЕМНОГО ЛОФТА МОНОТОННЫЙ ФАСАД ЭТОГО ВЫТЯНУТОГО ВДОЛЬ УЛИЦЫ СООРУЖЕНИЯ С ЕГО ДЕРЕВЯННЫМИ ГОРИЗОНТАЛЯМИ И СПЛОШНЫМИ ОКНАМИ, ПОДЕЛЕННЫМИ НА ОДИНАКОВЫЕ ПРЯМОУГОЛЬНИКИ, ВЫГЛЯДИТ СТРАННО И ДАЖЕ УГРЮМО. НО ЕСЛИ ПРИСТАЛЬНО ВГЛЯДЕТЬСЯ В ЭТО ЯВНО ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ЗДАНИЕ, ЕГО ПРОМЫШЛЕННАЯ НАРОЧИТОСТЬ СТАНОВИТСЯ ОЧЕВИДНОЙ. ТБИССКИЙ ROOMS HOTEL TBILISI — ОДИН ИЗ ДВУХ ДИЗАЙНЕРСКИХ ОТЕЛЕЙ ГРУЗИИ — ПРЕДСТАВЛЯЕТ СВОЕОБРАЗНУЮ ИНТЕРПРЕТАЦИЮ СТИЛЯ АМЕРИКАНСКОГО ЛОФТА. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА



В ОДНОЙ ИЗ ГОСТИНЫХ — КОВЕР С РОЗОВЫМИ ЦВЕТАМИ ОТ ВИВЬЕН ВЕСТВУД



В КАМИННОМ ЗАЛЕ НА СТЕНЕ — АВТОПОРТРЕТ ГРУЗИНСКОЙ ХУДОЖНИЦЫ ЭТЕРИ ЧКАДУА И МНОЖЕСТВО ИНТЕРЕСНЫХ ПРЕДМЕТОВ

Когда-то в этом здании находилось издательство «Самшобло» — здесь размещались офисы и редакции многих известных в Грузии газет и журналов, работали телекомпании. Потом их всех выселили, а здание несколько раз выставлялось на продажу. Сегодня оно — собственность богатейшего человека страны Теймура Угулавы, крупного владельца престижной недвижимости, земельных участков и лесозаготовительного бизнеса. В 2013 году в здании открылся отель, чуть позже принятый в мировое сообщество дизайнерских отелей. Управляет отелем компания Adjara Group Hospitality.

Район Вера (по названию реки), где находится отель, начал застраиваться поздно — только в середине XIX века, причем долгое время это было местом отдыха тифлисцев. В начале прошлого века здесь цвело множество садов, где работали кафешантаны и духаны. Сегодня район сохранил свои извилистые улочки и старинные дома, хранящие следы былой привлекательности. Здесь по-прежнему зелено, а одно из преимуществ — он находится недалеко от центра города и проспекта Руставели. Кстати, пока по городу не походишь пешком, его по-настоящему не узнаешь. А сам Тбилиси с недавних пор стал ближе — после долгого перерыва возобновлены прямые рейсы из Петербурга компанией Georgian Airways.

Надо сказать, что для столицы Грузии здание Rooms Hotel Tbilisi совершенно

не характерно. Подобной архитектуры здесь нет, но собственно, в этом и была цель владельца — создать необычный объект, вызывающий ассоциации с нью-йоркскими лофтами и богемным шиком. Над реконструкцией здания и архитектурными решениями работала Adjara Arch Group.

Конечно, фасад явно контрастирует с тем, что открывается взору посетителя внутри. На полках входного холла со старинным канделябром в виде деревянного мальчика-пажа в детский рост — пять тысяч книг, специально привезенных из США. Слева — довольно сумрачное лобби, где напротив стойки расположены лифты за решетками, как в классических американских лофтах. Зато с другой стороны — анфилада необычайно ярких, наполненных светом и жизнерадостных гостиных. Здесь вся мебель выполнена на заказ, немало тщательно подобранных артефактов и винтажных вещей. На полу — серый с розовым ковер от Вивьен Вествуд, на стенах — картины Этери Чкадуа. Она родилась в Тбилиси, здесь же окончила художественную академию, но с 1992 года живет в Нью-Йорке и работает в стиле фигуративизма. Хотя она сама определяет свою манеру как магический реализм. Все ее женские образы чем-то похожи на саму художницу, и две ее картины в отеле считают автопортретами Этери.

В ресторан с открытой кухней можно пройти по стеклянному коридору, вымо-



В ЗДАНИИ С ПЛАКАТАМИ В ОКОННЫХ ПРОЕМАХ, ВЫХОДЯЩИХ ВО ВНУТРЕННИЙ ДВОР, ПЛАНИРУЕТСЯ ОТКРЫТЬ ОТЕЛЬ INTERCONTINENTAL

щенному итальянской плиткой ручной работы. Сквозь прозрачную стену открывается вид во внутренний замкнутый двор. Там вечером работает бар на свежем воздухе, разбит изящный садик с редкими растениями, декоративными деревьями и цветами. А в здании напротив планируется открыть другой отель — Intercontinental.

Ресторан с открытой кухней — и обстановкой, и меню — тоже выдержан в нью-йоркском стиле. Меню здесь обновляется каждую неделю и практически не соотносится с национальными грузинскими блюдами. Говорят, что здешний шеф Франческо Манало работал в дорогих ресторанах Нью-Йорка и был личным поваром Роберта де Ниро. Правда, контракт с тбилисским отелем у Франческо заканчивается — скоро он уезжает и собирается сделаться личным поваром Джонни Деппа.

В отеле 135 номеров площадью от 22 до 32 кв. м. Интерьер по большей части выглядит тяжеловато — коричневые с черным обои с крупным принтом, темное дерево мебели и оконных переплетов, тяжелые бархатные портьеры, массивные кожаные кресла. Вдобавок — люстра в виде деревянного круга с имитацией свечей — подобные подвешивали к потолку на цепях в средневековых замках. Некая ироничная деталь — маленький письменный стол голубого цвета, а необычная — стоящая прямо в комнате ванна на львиных ножках. Прямо скажем — чтобы чувствовать себя комфортно, к обстановке номера еще надо привыкнуть. ■



ТЕРРАСА ОТЕЛЯ — НЕБОЛЬШАЯ, УЗКАЯ, НО УЮТНО СПРЯТАННАЯ



ПРИ ДНЕВНОМ СВЕТЕ НОМЕР ВЫГЛЯДИТ НЕ ТАК ТЯЖЕЛОВЕСНО. ВАННА СТОИТ ПРЯМО В КОМНАТЕ, НО ОТДЕЛЬНАЯ ДУШЕВАЯ ТОЖЕ ИМЕЕТСЯ



ВНУШИТЕЛЬНЫЙ ИНТЕРЬЕР ОДНОГО ИЗ НОМЕРОВ



КРАСНОЕ С ЗЕЛЕНЫМ — ДОВОЛЬНО СМЕЛОЕ СОЧЕТАНИЕ В ИНТЕРЬЕРЕ

ОТЕЛИ МИРА



РЕСТОРАН С ОТКРЫТОЙ КУХНЕЙ



С ВНУТРЕННЕЙ СТОРОНЫ ЗДАНИЯ К НЕМУ ПРИСТРОЕНА СТЕКЛЯННАЯ ЧАСТЬ ФАСАДА, ОБРАЗУЮЩАЯ КОРИДОР, СОЕДИНЯЮЩИЙ ВСЕ ГОСТИНЫЕ И РЕСТОРАН. НА ПОЛУ — ИТАЛЬЯНСКАЯ ПЛИТКА РУЧНОЙ РАБОТЫ

Вид из окна Вашей квартиры



**ВАША СОБСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ В ЦЕНТРЕ ПЕТЕРБУРГА — ИСТОРИЧЕСКИЕ ДОМА
ПЕТЕРБУРГСКИХ АРХИТЕКТОРОВ КОНЦА XIX – НАЧАЛА XX ВЕКА В СОЧЕТАНИИ С СОВРЕМЕННОЙ НЕОКЛАССИКОЙ
ОТ ИСПАНСКОГО МАЭСТРО РИКАРДО БОФИЛЛА**

Символы респектабельности

Величественная
архитектура

Финские технологии
и европейский комфорт

Просторный
собственный двор

Высокая безопасность



Новые дома со столетним прошлым

Фасады с эркерами,
фронтонами и лепниной

Аутентичные
кирпичные стены

Современные
инженерные решения

Свободные планировки
квартир

от **135 000***
руб. / кв.м

СДАЕМ В 2015 ГОДУ

Смольный проспект / Смольная набережная

Приглашаем в офис продаж:
Смольный проспект, 5



703-44-44



smolny.yitspb.ru



yitdom.ru