

# ЭКОНОМИКА ПЕШЕХОДОВ

УЛИЦЫ КАК ВАЖНЫЕ ТРАНСПОРТНЫЕ И ПЕШЕХОДНЫЕ АРТЕРИИ В РОССИЙСКИХ ГОРОДАХ ПЕРЕЖИВАЮТ НОВОЕ РОЖДЕНИЕ. СТАРТ БЫЛ ДАН В МОСКВЕ, ГДЕ ПОСЛЕ РЕКОНСТРУКЦИИ СРАЗУ НЕСКОЛЬКО ЦЕНТРАЛЬНЫХ УЛИЦ НЕ ТОЛЬКО ПОМЕНЯЛИ ВНЕШНИЙ ОБЛИК, НО И СТАЛИ ДОСТУПНЫ ДЛЯ БОЛЬШИНСТВА ГОРОЖАН. АЛЕКСАНДРА МЕРЦАЛОВА

**ВЕСНА БЛАГОУСТРОЙСТВА** В Нижнем Новгороде горожане обсуждают предложенную главным архитектором города Виктором Быковым концепцию реновации Ильинской улицы, которая возникла еще в начале XVI века. Серьезная общественная дискуссия этого проекта вполне ожидаема: с этой улицей связана практически вся история Нижнего. Ильинская с прилегающими к ней улицами представляет собой зону, отличающуюся целостностью архитектурного облика. На относительно небольшой территории сконцентрированы памятники истории и культуры регионального, федерального значения.

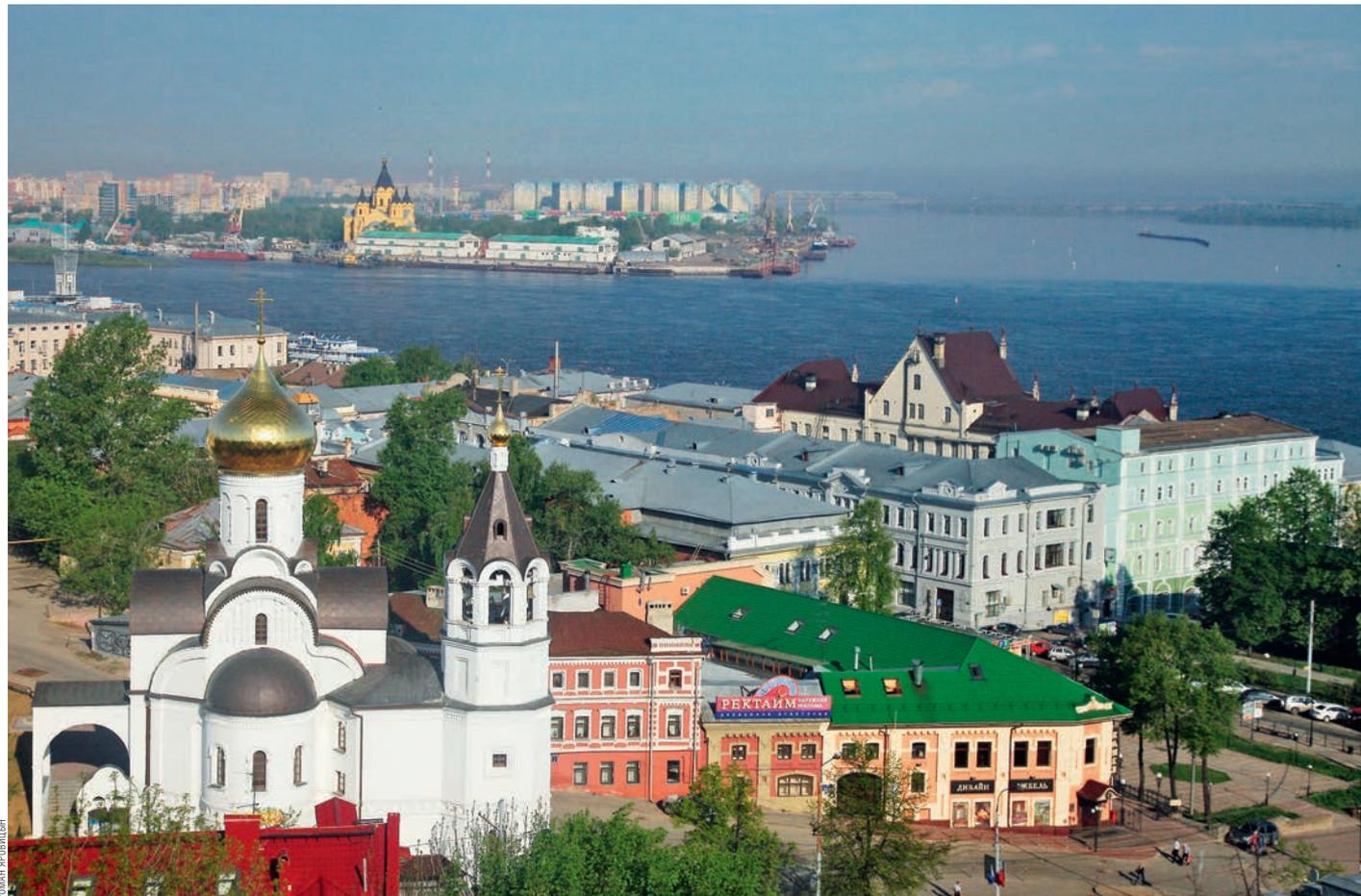
Городской архитектор предлагает объединить этот район в единую взаимосвязанную систему улиц: Ильинской (на участке от храма Казанской Божией матери до улицы Мяслякова), Добролюбова, Почаинской (на участке от улицы Добролюбова до Дома Чатыгина), Сергиевской (на участке от улицы Ильинской до улицы Гоголя), переулков Крутого и Почтового. По задумке местных властей улицы исторического центра Нижнего Новгорода должны зажить полной жизнью, там горожане и гости могут сделать покупки или перекусить в кафе и ресторанах.

Нижегородские власти ссылаются на опыт московской мэрии. В столице задуманное городскими властями превращение центральных московских улиц в ключевые элементы городской среды начало оказывать влияние и на бизнес. За прошедшие с начала их массовой реконструкции два года кратно увеличившийся пешеходный трафик сократил количество пустующих помещений и качественно изменил состав наполненных. На месте недавних дорогих ресторанов и бутиков все чаще открываются демократичные кафе, продуктовые лавки и магазины одежды массового сегмента. Бутики, напротив, оставляют ставшие пешеходными улицы.

Сейчас в Москве стартовал третий этап реконструкции городских общественных пространств по программе «Моя улица». За весенне-летний сезон мэрия рассчитывает благоустроить 90 городских пространств, включая более 80 улиц. В частности, работы начались на значительных участках Садового и Бульварного колец, на Лубянской площади, Варварке и Ильинке. Тем временем участники рынка недвижимости, ритейлеры и урбанисты начинают подводить первые итоги работы благоустроенных улиц, работы на которых проводились в летние месяцы 2015–2016 годов.

**НОВЫЙ ПОРТРЕТ АРЕНДАТОРА** Согласно обнародованным ранее данным Центра организации дорожного движения, реконструкция улиц приводит к увеличению пешеходного трафика в два—семь раз. Так, по расчетам организации, на Мясницкой стало появляться в два раза больше людей, а на Большой Дмитровке — в четыре. Одновременно с улиц исчезли парковочные места: например, Тверская, где еще несколько лет назад можно было оставить машину практически напротив любого магазина, сейчас не предполагает такой возможности. Проезд по Никольской в принципе закрыт, а в других случаях количество автомобильных мест сильно ограничено. Такая переориентация улиц с автомо-

**«БОГАТЫЕ ЛЮДИ В МОСКВЕ ГУЛЯЮТ НАМНОГО МЕНЬШЕ, ЭТО ИЗВЕСТНЫЙ ФАКТ, КОТОРЫЙ ОБЪЯСНЯЕТСЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СКОРЕЕ ПСИХОЛОГИИ, ЧЕМ ЭКОНОМИКИ ИЛИ УРБАНИСТКИ»**



РОМАН ВРОВАЦКИЙ  
ВЛАСТИ НИЖНЕГО НОВОГОРОДА ПРЕДЛАГАЮТ ОБЪЕДИНИТЬ УЛИЦЫ ИСТОРИЧЕСКОГО ЦЕНТРА ГОРОДА В ЕДИНОЕ ЦЕЛОЕ

билного на пешеходный трафик не могла не отразиться на качественном составе арендаторов.

В «Магазине магазинов» подсчитывают, что сейчас половину от общего объема спроса на помещения стрит-ритейла на торговых улицах формируют рестораны, кафе и продуктовые магазины. При этом последние все чаще открываются в уменьшенном формате, снимая площади в 150–200 кв. м. Рынок подстраивается под покупателей, которые постепенно переориентируются на магазины ша-

говой доступности: в них удобно заходить после работы, затрачивая на покупки минимальное количество времени, объясняют консультанты. В CBRE приводят динамику: за четыре последних года доля ресторанов в сегменте стрит-ритейла выросла с 31,7% до 36,9%, продуктовых — с 4,9% до 6%, а количество магазинов одежды и обуви, напротив, сократилось с 19,2% до 15,2%.

Глава центра городской экономики КБ «Стрелка» Елена Короткова считает, что речь идет не только о количественном росте ресторанов и продуктовых магазинов, но и об изменении их качественного состава. «Профиль меняется в сторону демократичных заведений и организаций: напри-

мер, на Покровке, где долгое время работала «Азбука вкуса», теперь магазин «Дикси», а там, где раньше находились дорогие рестораны, теперь сетевые кафе и недорогие заведения новых форматов», — указывает она. Появление демократичных заведений она связывает с изменением портрета среднего горожанина на центральных улицах: пешеходный трафик растет прежде всего за счет представителей среднего класса, ориентированных на товары и услуги массмаркета. Именно они теперь формируют спрос.

«Богатые люди в Москве гуляют намного меньше, это известный факт. Он объясняется с точки зрения скорее психологии, чем экономики или урбанистики: существует такой феномен, как имиджевое поведение, это когда тебе в принципе нравятся кроссовки за 1 тыс. руб., но ты идешь и покупаешь кроссовки за \$1 тыс., потому что именно этого ждет твоё окружение», — рассуждает она. Именно на этом фоне, продолжает госпожа Короткова, сокращается количество дорогих магазинов: лишившись парковочных мест у самого входа, они просто потеряли свою клиентуру.

Заместитель руководителя отдела стрит-ритейла JLL Наталья Озерная тоже заметила, что ритейлеры стараются учитывать изменившийся портрет покупателя. «Например, на Тверской ввиду отсутствия парковки сейчас появляются продуктовые сети, российские дизайнеры, ювелирные ма-



АНТОН БЕЛЫЦКИЙ

СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ ВЕЛОСИПЕДИСТОВ — ОДНА ИЗ ЦЕЛЕЙ БЛАГОУСТРОЙСТВА



УЛИЦЫ