

ОРИГИНАЛЬНОСТЬ  
СТАНОВИТСЯ ДЕШЕВЛЕ / 16  
НОСТАЛЬГИЯ ПО «САЙГОНУ» / 20  
SALONE DEL MOBILE:  
РЕПОРТАЖ  
ИЗ МИЛАНА / 24

# Территория комфорта

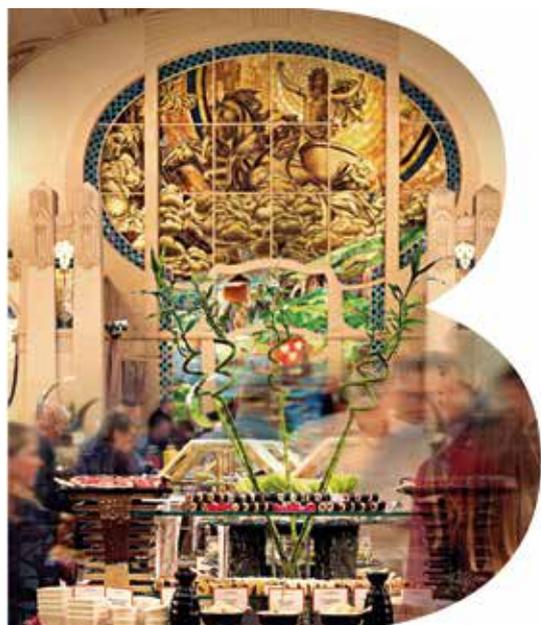
Пятница, 27 апреля 2018 №74  
(№6312 с момента возобновления издания)  
Цветные тематические страницы №13–28  
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»  
Зарегистрировано в Роскомнадзоре  
Пд № ФС 77-64424-31 декабря 2015 года  
**Коммерсантъ**  
в Санкт-Петербурге

# Guide

# Бранч Империял

ВОСКРЕСЕНЬЕ

**13:00—16:30**



РЕКЛАМА

**ИЗЫСКАННЫЕ ФРАНЦУЗСКИЕ,  
РУССКИЕ, ИТАЛЬЯНСКИЕ  
И ПАНАЗИАТСКИЕ БЛЮДА**

Дары моря, суши, сашими  
Фирменные блюда ресторанов отеля  
Шоколадный фонтан

Живая музыка, моментальные  
фотокарточки, детская комната,  
специальные цены для детей

  
BELMOND  
**GRAND HOTEL EUROPE**  
ST PETERSBURG

Belmond Grand Hotel Europe  
Санкт-Петербург, Михайловская ул., 1/7  
+7 812 329 66 22



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА,  
РЕДАКТОР GUIDE «ТЕРРИТОРИЯ КОМФОРТА»

## НАЗАД, В ПРОШЛОЕ

Ностальгия нынче в моде. Причем на самом ее пике. Советское прошлое в разных, слава богу, пока еще не настоящих проявлениях, будоражит фантазию создателей различных проектов и продуктов, как никогда до этого. Все эти «как раньше», «тот самый вкус», «любимое с детства» стараются подменить действительность иллюзией того, что в прошлом все было лучше, натуральнее, вкуснее, яснее, честнее. В наших реалиях это опасное явление. Показателем культивирования ностальгии стала и реклама — не столько двигатель торговли, сколько зеркало общественных настроений и вкусов. Вот ведь побеспокоили даже очень пожилого и всем известного диктора Центрального телевидения — с характерной дикцией человека с зубными протезами он говорит с экрана телевизора об аптеках «Столички», «прожевывая» первые фразы. И ничего кроме сочувствия не вызывает.

Надо сказать, что с 2016 года «ностальгией по советскому» всерьез занимаются некоторые отечественные социологи и культурологи. Правда, результаты их исследований пока неизвестны. Зато само ощущение ностальгии определяется психиатрами и психоаналитиками как форма реактивного состояния, основным проявлением которого является депрессия: «Эта меланхолия не дает жить настоящим и смотреть в будущее, загоняет человека в угол, поскольку ему не нравится ни день сегодняшний, ни завтрашний. Люди, склонные к ностальгии, обычно не могут приспособиться к настоящему. Проблема заключается не только в идеализации прошлого, но и прежде всего в том, что человек полагает, будто он не встретит в будущем ничего подобного тому, о чем он тоскует».

На самом деле, будущее уже наступило. Мы давно живем не в СССР, вне зависимости от нашего отношения к этому факту. На пятки наступает поколение, которое, к счастью, не знает, что такое советское, но тоже норовит поверить в романтику 1980-х под влиянием российского масскульта. «В карете прошлого никуда не уедешь», — замечал персонаж пьесы пролетарского писателя Максима Горького. Пафосно, конечно, но верно. Некоторые все равно стараются, сопрягая прошлое только со вкусом докторской колбасы и сливочного масла. Хотя, как и сегодня, неизвестно, из чего они делались.

# СПРОС РАСТЕТ, ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОКРАЩАЕТСЯ

ЗА ПЕРИОД С ЯНВАРЯ ПО МАРТ В ПЕТЕРБУРГЕ И ПРИГОРОДНОЙ ЗОНЕ ЛЕНОБЛАСТИ БЫЛО ПРОДАНО ОКОЛО 960 ТЫС. КВ. М СТРОЯЩЕГОСЯ ЖИЛЬЯ. ЭТО НА 10% БОЛЬШЕ, ЧЕМ БЫЛО РЕАЛИЗОВАНО В ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ 2017 ГОДА. ПРИ ЭТОМ ОБЪЕМ ВВОДА ЖИЛЬЯ СОКРАТИЛСЯ ПРИМЕРНО НА 35% ПО СРАВНЕНИЮ С АНАЛОГИЧНЫМ ПЕРИОДОМ ПРОШЛОГО ГОДА. ПРАВДА, В ЛЕНОБЛАСТИ СИТУАЦИЯ ПРОТИВОПОЛОЖНАЯ: РОСТ ВВОДА (КОТОРЫЙ В ОСНОВНОМ ПРИШЕЛСЯ НА ТЕРРИТОРИИ, ГРАНИЧАЩИЕ С ПЕТЕРБУРГОМ) СОСТАВИЛ 40%. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

За первый квартал 2018 года в Петербурге было сдано 737 тыс. кв. м жилья, что на 35% меньше по сравнению с тем же периодом прошлого года. В Ленобласти, напротив, этот показатель вырос на 40% и составил почти 1,2 млн кв. м.

«В первом квартале 2018 года на рынке строящегося жилья Петербурга и пригородной зоны Ленобласти было продано около 22 тыс. квартир, — говорит Ольга Трошева, руководитель консалтингового центра «Петербургская недвижимость». — По-прежнему была популярна ипотека, доля ипотечных сделок составила 63%». Николай Урусов, генеральный директор строительной компании «Красная стрела», утверждает, что по некоторым объектам эта доля еще выше и может достигать 80–90%. При этом в среднем в ипотеку берется 50–60% стоимости квартиры.

**ИПОТЕКА ТОЛКАЕТ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ** Ипотека стала еще более выгодной для заемщиков: по сравнению с январем — мартом 2017 года средние ипотечные ставки по Петербургу снизились почти на 2% и составили примерно 9,68%. Кроме того, на рынок выходили новые объекты со стартовыми ценами, что всегда интересует покупателей. Все это способствовало росту спроса.

«Яркой тенденцией становится рост доли отказов в выдаче кредитов со стороны банков. Это не значит, что покупателям теперь не получить ипотеку, среднестатистическому человеку ее, скорее всего, одобряют, но в зоне риска — покупатели с минимальным первоначальным взносом, неблагоприятной кредитной историей или часто меняющиеся место работы», — говорит Сергей Мохнар, генеральный директор компании «ПСК-недвижимость».

Антон Быков, главный аналитик ООО «ЦАФТ» (Центр аналитики и финансовых технологий), при этом отмечает, что, согласно последним данным Банка России, в первом квартале 2018 года в Петербурге произошло замедление краткосрочных темпов ежемесячного ипотечного кредитования и ускорение среднесрочных темпов.

«Если в конце 2017 года уровень ежемесячного количества выдаваемых ипотек находился немного выше 7 тыс. единиц, то в первом квартале 2018 года средний уровень упал до 4–5 тыс. Пропорционально снизился и ежемесячный объем выдаваемых ипотечных кредитов. Это следствие сезонного фактора, так как зимний период практически всегда характеризуется замедлением экономической активности. Интереснее



СЕГОДНЯ НА РЫНКЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ — МАССА РАЗЛИЧНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

дела обстоят со среднесрочными тенденциями. Если сравнивать первый квартал 2018 года с первым кварталом 2017 года, то здесь, напротив, нужно отметить значительный рост ежемесячно выдаваемого количества ипотечных кредитов с 2,5 до 4–5 тыс. (+60–70%) и отстающий рост общего объема кредитования с 35 до 47,8 млрд рублей (+41%). Это означает, что россияне верят в улучшение перспектив экономики России, поэтому покупают больше недвижимости», — говорит господин Быков. Тем не менее, отмечает эксперт, из-за затяжного периода падения реальных доходов новоселы предпочитают приобретать более дешевые варианты жилья.

Эти тенденции подтверждаются и динамикой цен. В первом квартале 2018 года в Петербурге цены на жилье практически не изменились. Квадратный метр вторичного жилья вырос на 0,2%, первичного на 0,4%. А вот в 2017 году цена на квадратный метр первичного жилья снизилась на 1–1,5%, а вторичного выросла в пределах 0,5%.

«Из интересных событий рынка недвижимости нельзя не отметить запуск программы государственного субсидирования ипотечных ставок — «семейная ипотека» под 6% годовых. Семьи, в которых в период с 01.01.2018 по 31.12.2022 родится второй и третий ребенок, получают в рамках программы льготную ставку 6% годовых на срок от трех до восьми лет. Эта программа косвенно становится важным психологическим фактором для положительных тенденций на рынке», — добавляет Мария Сальникова, ведущий аналитик ООО «Эксперт плюс».

«Сейчас спрос увеличивается на 2–3% в месяц. По нашим прогнозам, на всем рынке

новостроек Петербурга цены будут расти на уровне чуть выше инфляции», — отмечает исполнительный директор СК «Ойкумена» Роман Мирошников.

«Как мы и ожидали, рост продаж апартаментов продолжился. По сравнению с прошлым годом мы продали на 15% больше. Если еще пять лет назад проекты апартаментов у инвесторов и покупателей вызвали вопросы, то сегодня этот сегмент стал более понятен конечному потребителю, который уже осознает преимущества формата, его отличительные особенности и ценность», — говорит коммерческий директор ГК Docklands Development Екатерина Запороженко.

**СТУДИИ И ОДНОКОМНАТНЫЕ ДОМИНИРУЮТ** По данным консалтингового центра «Петербургская недвижимость», в первом квартале самыми популярными квартирами на рынке строящегося жилья Петербурга и пригородов стали однокомнатные. Они занимают 44,1% в структуре сделок. Квартиры-студии находятся на втором месте — 27,7% от общего спроса.

Николай Урусов подсчитал, что стоимость квадратного метра таких объектов находилась в диапазоне от 79 до 110 тыс. рублей. Он говорит, что у покупателей традиционно популярны обжитые спальные районы: Приморский, Красногвардейский, Красносельский, Невский, намывные территории Васильевского острова. «Цены во всех сегментах стабильны, изменения происходят по мере увеличения строительной готовности объектов. С начала года стоимость квадратного метра выросла не более чем на 2–2,5%», — говорит господин Урусов. → 16

15 → Сергей Мохнарь комментирует: «Общая экономическая ситуация в стране накладывает отпечаток на поведение клиентов. Сегодня рынок изобилует предложением, цены не растут, риски минимальны, поэтому у покупателя появляется больше времени на принятие решения о покупке. Еще пару лет назад он мог совершить сделку по купле-продаже недвижимости за неделю-две, однако сейчас может позволить себе растянуть этот процесс на несколько месяцев».

Сергей Степанов, директор по продажам компании «Строительный трест», говорит: «В первом квартале 2018 года общий объем денежных поступлений компании „Строительный трест“ увеличился на 18% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и достиг 2,6 млрд рублей. При этом доля ипотечных сделок выросла на 12%: с 54 до 66%». Среди ключевых тенденций рынка, по его мнению, следует выделить рост предложения застройщиков, что отчасти связано с внесением корректировок в 214-ФЗ, которые начнут действовать 1 июля.

«Динамика рынка недвижимости смешанная, и обусловлена она тенденциями на рынке труда с привязкой к отсутствию роста заработных плат. Так, за первый квартал 2018 года рост стоимости квадратного метра на рынке вторичной недвижимости Петербурга вырос на 3,1%, до 109,2 тыс. рублей, а вот объем ввода жилья в Петербурге в первом квартале сократился на 34%. Кроме того, петербургский первичный рынок жилья остается рынком покупателя, а высокий объем предложения не позволяет застройщикам значительно увеличивать цены, которые все ближе к подрастающей себестоимости строительства», — говорит Мария Сальникова.

**ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ СПРОСА** Ольга Захарова, директор по продажам и продвижению компании «СПБ Реновация», обращает внимание: «Интересно отметить следующую деталь: наиболее интенсивный рост объема сделок (квартал к кварталу) произошел в спальных районах Петербурга (рост 50%), в районах исторического центра объемы сделок практически не изменились, а в пригородных локациях Ленинградской области увеличились всего на 5%. Такое перераспределение спроса в пользу обжитых районов города говорит о двух факторах: произошли изменения в покупательских предпочтениях и, возможно, сказались завершение ряда крупных проектов в Мурино, Девяткино и Кудрово».

По данным Knight Frank St. Petersburg, в элитном сегменте первичного жилья предложение по итогам первого квартала по сравнению с первым кварталом 2017 года увеличилось на 16%, до 1,3 тыс. объектов. За квартал было продано на 18% элитных квартир и апартаментов больше, чем в первом квартале 2017 года. Средневзвешенная цена предложения сохранилась на уровне конца 2017 года, составив 351,5 тыс. рублей за квадратный метр.

Основная доля элитных квартир по-прежнему сконцентрирована на Крестовском и Петровском островах. 38% предложения представлено квартирами с тремя спальнями средней площадью около 150 кв. м, еще 30% — это квартиры с двумя спальнями средней площадью 107 кв. м. Большинство сделок в первом квартале 2018 года было совершено с квартирами площадью 120–149 кв. м, которые экспонировались по стоимости 35–49 млн рублей. Также были популярны квартиры до 99 кв. м стоимостью до 24 млн рублей. ■

# ОРИГИНАЛЬНОСТЬ СТАНОВИТСЯ ДЕШЕВЛЕ

## ДЕВЕЛОПЕРЫ ОКАЗАЛИСЬ МЕЖДУ МОЛОТОМ И НАКОВАЛЬНЕЙ: РАСТУЩАЯ КОНКУРЕНЦИЯ ЗАСТАВЛЯЕТ ИХ ПОСТОЯННО НАХОДИТЬСЯ В ПОИСКЕ РЕШЕНИЙ, КОТОРЫЕ БЫ СДЕЛАЛИ ИХ ПРОДУКТ ЗАПОМИНАЮЩИМСЯ. ОДНАКО СТРЕМЛЕНИЕ СНИЗИТЬ ИЗДЕРЖКИ НЕ ДАЕТ ВОЗМОЖНОСТИ ВВОДИТЬ В ПРОЕКТ ДОРОГОСТОЯЩИЕ «ФИШКИ».

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Михаил Турецкий, генеральный директор компании ProExpert, говорит, что сегодня уникальные особенности в многоэтажных домах встречаются достаточно редко, как правило, они характерны для проектов элитного сегмента. В качестве примера он приводит проект ЖК Diadema Club House, реализованный на Крестовском острове, в рамках которого был создан закрытый зимний сад. «С точки зрения эстетики, маркетинговой политики — это оправданный ход, но стоит понимать, что содержание таких „фишек“ всегда требует вложений: поддержание микроклимата, уход, обновление. Зачастую эти издержки включаются в коммунальные платежи. Средства на содержание и эксплуатацию бассейнов также обычно закладывается в коммунальные платежи жителей дома», — поясняет эксперт.

При этом, обращает он внимание, в элитном жилом сегменте игроки начали на практике внедрять функциональные входные зоны, места общего пользования в своих проектах. «Один из примеров — апартаменты Next от компании „Еврострой“, в рамках которого девелопер намерен организовать входную группу, которая, по проекту, будет служить местом неформального общения жителей апартаментов, где будут созданы условия для совместного отдыха и времяпрепровождения: там жители смогут работать, пить кофе и смотреть кино, играть в настольные игры, читать книги, слушать музыку», — рассказывает он.

«В нашем доме „Усадьба на Ланском“ на последних этажах в квартирах предусмотрены места под современные каминные. Половина квартир уже продана. Спрос на подобные „фишки“ достаточно высок», — рассказал Павел Бережной, исполнительный директор ГК «С.Э.Р.». А вот Екатерина Запороженко, директор по продажам Docklands Development, считает, что подобные изыски излишни. «В исключительных случаях, когда нашим покупателям хочется разместить в квартире камин или зимний сад, мы поможем им это сделать. Но в целом это привилегия загородной жизни», — думает она.

Ася Левнева, директор департамента по маркетингу и продажам ЗАО «Балтийская жемчужина», с коллегой согласна: «В последнее время основными требованиями клиентов премиального жилья являются тишина, спокойствие, хороший вид из окна и достойные соседи».

**ПРОСТОЕ РЕШЕНИЕ** Из «фишек» наиболее популярны большие террасы — как открытого, так и закрытого типа. Они используются для обустройства не только зимних садов, но и зон отдыха с гамаками, а также для организации других видов досуга на свежем воздухе, в качестве площадок для летних столовых, барбекю, детских игровых зон.

«Такой организации пространства, конечно, способствует выход террас на каналы и парки. Что, кстати, отвечает еще одному требованию избалованных клиентов — экологичности локации, в частности, расположению квартиры вблизи воды и лесопарковых массивов. Поэтому у требовательных петербуржцев популярны квартиры на Крестовском и Васильевском островах, набережных, береговой линии Финского залива», — говорит госпожа Левнева.

Екатерина Немченко, директор департамента элитной жилой недвижимости Knight Frank St. Petersburg, считает, что элитные проекты должны соответствовать своему статусу и удивлять инфраструктурой и всевозможными элементами, подчеркивающими их уникальность и особенность. «Это может быть собственный бассейн и спа, только для жильцов дома (Novard Palace, „Новая звезда“, особняк Кушелева-Безбородко), оранжерея (Diadema). Но все эти красивые и затратные опции требуют постоянного ухода, в результате чего серьезные расходы на их содержание ложатся на жильцов дома. Как показала практика, собственные фитнес-центры оказываются не везде востребованными и в бассейн ходят далеко не все, кому его наличие на стадии покупки квартиры показалось привлекательным, а оранжерея не подходит для аллергиков», — рассуждает эксперт.

**ПОДСЧЕТ ТРАТ** Олег Ступеньков, руководитель консалтинговой компании «Топ Идея», говорит, что стоимость зимнего сада зависит от конкретных параметров жилого дома, от того, какие растения будут использованы: «В среднем можно говорить о стартовой цене 50 тыс. рублей за квадратный метр — и это только себестоимость постройки помещения под сад. Сюда нужно добавить закупку растений, оплату услуг садовника, эксплуатационные расходы на полив и уход». По его словам, наличие бассейна в клубном доме может увеличить эксплуатационные платежи на 10–15%. «А средняя цена „коммуналки“ в элитном доме — 150 рублей с каждого квадратного метра. При этом бассейн может оказаться не слишком востребованным: пользоваться будут несколько человек, а платить — все. Поэтому сейчас застройщики часто отказываются от обустройства бассейнов в жилых домах. Чаще стараются спроектировать зал для йоги, фитнеса, небольшую сауну — такие помещения, которые жильцы потом при желании могут переоборудовать под что-то еще. В случае с бассейном это невозможно, и такая инфраструктура может лечь тяжелым бременем на плечи жильцов и управляющей компании», — указывает эксперт.

Госпожа Немченко подтверждает тенденцию: сегодня наблюдается устойчивый тренд

в сторону оптимизации всех дополнительных дорогостоящих опций. «Премиальный класс объекта, обусловленный местом его расположения, подчеркивается архитектурой здания, используемыми материалами, планировочными решениями, высотой потолка, размером и качеством окон, инженерными решениями, обеспечением машино-местами в паркинге — всем тем, что обеспечивает эстетику, безопасность и комфорт в проживании. Объекты соревнуются размером и красотой входных групп, а управляющие компании предлагают сервисы, которые делают жизнь в этих проектах легкой и приятной. Особенность объекта может быть выражена в дизайне общественных пространств, использовании в их отделке редких дорогих материалов и украшении предметами искусства. Все это разовые затраты, которые отразятся на стоимости объекта при продаже, но не влекут больших затрат на последующее содержание», — полагает госпожа Немченко.

**НАБОР ОПЦИЙ** Олег Ступеньков говорит: «Есть определенный набор опций, которые должны присутствовать в элитном жилье, и чаще это относится к соблюдению норм безопасности и комфорта жителей: видеонаблюдение, пулт охраны, доступ в ЖК по электронным картам или отпечатку пальца, наличие современных противопожарных систем, бесшумные скоростные лифты с доступом в паркинг, собственный лифт для пентхауса, многоступенчатые системы очистки воды, системы приточно-вытяжной вентиляции; управление с помощью „умного дома“. Целятся высокие потолки, панорамные окна, виды на воду — это то, что всегда было и будет востребовано. Сигарные, бильярдные комнаты, библиотека, шубохранилище — все это также может присутствовать, но при наличии вышеперечисленных опций. Вместо общего зимнего сада в лобби многие скорее предпочтут собственную террасу в квартире».

Эксперты отмечают, что сейчас чем-то удивить покупателя достаточно сложно. В доме могут быть панорамные лифты или фасады из витражного стекла от известного дизайнера, но помимо красоты надо предложить что-то еще. «Поэтому девелоперы стараются сделать акцент на комфорте и безопасности всей семьи. Это и высококачественный консьерж-сервис с заказом различных услуг, и разработка специальных приложений для смартфона, чтобы собственник квартиры мог управлять ею на расстоянии и следить за квартирой с помощью веб-камеры. Кстати, похожие опции сегодня начинают предлагаться не только в элитном жилье, но и в жилых комплексах бизнес-класса, и даже в сегменте комфорт-плюс», — рассуждает господин Ступеньков. ■

# РУССКИЙ ДОМ



Элитные  
квартиры  
рядом с Невским

ВЫГОДА  
до 2,8 МЛН  
Р\*



Поблизости Летний сад,  
набережная Невы



Квартиры со вторым светом,  
террасами, эркерами



Панорамные виды  
на исторический центр



Сдаем в 2018



\* Предложение распространяется на ограниченный ассортимент квартир.

Санкт-Петербург, Басков пер., участок 5. Застройщик ООО "ЛСР. Недвижимость - СЗ" Свидетельство № С-003-78-0109-78-260117 от 26.01.2017 выдано СРО А "Объединение строителей Санкт-Петербурга" Проектная декларация на сайте ООО "ЛСР. Недвижимость - СЗ": [lsr-spb.ru](http://lsr-spb.ru). Вся размещенная информация носит исключительно ознакомительный характер и ни при каких условиях не является публичной офертой, определяемой положениями ГК РФ, не содержит точного и полного описания и характеристик объекта, и может быть изменена. Изображения на фотографиях и рисунках могут отличаться от реального объекта. Квартиры сдаются без отделки и мебелировки.

# В СЕРВИСНОМ ФОРМАТЕ

В ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ 2018 ГОДА ПРОДАЖИ АПАРТАМЕНТОВ ОСУЩЕСТВЛЯЛИСЬ В 36 КОМПЛЕКСАХ, ЧТО ПРЕВЫШАЕТ ПОКАЗАТЕЛЬ ПЕРВОГО КВАРТАЛА 2017 ГОДА НА 16%. ПРИ ЭТОМ ЗА ПЕРВЫЕ ТРИ МЕСЯЦА ЭТОГО ГОДА БЫЛО РЕАЛИЗОВАНО БОЛЕЕ 900 АПАРТАМЕНТОВ, ЧТО СОПОСТАВИМО С ИТОГАМИ ЧЕТВЕРТОГО КВАРТАЛА 2017 ГОДА И НА 55% БОЛЬШЕ, ЧЕМ В ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ 2017 ГОДА. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

В феврале 2018 года был принят 16-ФЗ, который вступает в силу с января 2019 года и вводит обязательную классификацию гостиниц. Согласно закону, всем гостиницам необходимо обеспечить классификацию с присвоением определенной категории («звезд»): до 01.07.2019 — отелям с номерным фондом более 50 номеров; до 01.01.2020 — с фондом более 15 номеров, до 01.01.2021 — всем гостиницам.

По действующему законодательству, апарт-отели (гостиницы согласно разрешительной документации) признаются нежилыми помещениями, но относятся к объектам временного проживания, включая объекты рекреационно-оздоровительного значения.

Предоставление апарт-отелей квалифицируется как оказание услуг в рамках туристической деятельности, а предоставление гостиничных услуг без свидетельства о присвоении гостинице определенной категории повлечет за собой административную ответственность. К ней могут быть привлечены как управляющие компании, так и владельцы апарт-отелей, предоставляющие их для проживания третьим лицам.

Исключить апарт-отели из сферы действия новых требований возможно в том случае, если они будут выделены в специальную категорию, не подлежащую обязательной классификации. Так, в октябре 2017 года Минстрой РФ опубликовал законопроект о регулировании рынка апарт-отелей, основная цель которого — ввести понятие «апартамент», распространить

действие Жилищного кодекса на нежилые помещения, а также установить правовой механизм перевода нежилых помещений в апартаменты, определить возможности постоянной регистрации в апартаментов. Изменения в сегменте апарт-отелей — давно ожидаемая мера, и нивелирование разницы между одним и другим форматами может привести к росту цен на апартаменты и снижению величины дисконта на этот формат.

По итогам первого квартала 2018 года продажи велись в 36 проектах, где свободное предложение составило около 5,5 тыс. апартаментов, что на 21% больше, чем в первом квартале 2017-го. Это связано с тем, что за рассматриваемый период (первый квартал 2017-го — первый квартал 2018-го) в продажу вышло 19 апарт-отелей, включая новые очереди, общей площадью около 348 тыс. кв. м (7,7 тыс. апартаментов). Непосредственно в первом квартале 2018 года в продажу вышел жилой комплекс «Дом на Львovской», в составе которого выделена секция с апартаментами. Ниша сервисных апартаментов активно развивается в Петербурге, так как девелоперы предлагают в дополнение к собственности комплекс услуг по обеспечению покупателю регулярного дохода от аренды. По итогам первого квартала 2018 года сервисные апартаменты лидируют в объеме предложения и составляют 66% рынка.

«По сравнению с первым кварталом 2017 года доля сервисных апартаментов увеличилась на 14 п. п., что связано с тем, что за данный период в продажу вышло

десять новых объектов сервисного формата, включая новые очереди, общей площадью 213 тыс. кв. м», — поясняет Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg. Эксперт прогнозирует, что в среднесрочной перспективе рынок апарт-отелей продолжит развиваться в сервисном формате и будет одним из привлекательных сегментов для инвестиций в сфере недвижимости. В течение 2018 года вероятно выйдут на рынок еще 17 проектов общей площадью около 200 тыс. кв. м.

По итогам первого квартала 2018 года на рынке апарт-отелей было реализовано 911 юнитов. Несмотря на начало года, показатель продаж сопоставим с итогами четвертого квартала 2017 года, а по сравнению с аналогичным периодом прошлого года продажи увеличились на 55%. Это говорит о росте популярности апарт-отелей среди покупателей, особенно в сервисном формате. Так, в первом квартале 2018 года сервисные апартаменты составили 65% продаж на рынке, а еще год назад их доля была 39%. Госпожа Московченко обращает внимание на то, что в первом квартале 2018 года основная доля спроса в сегменте сервисных апартаментов пришлась на студии (70%).

Большинство покупателей отмечает в качестве несомненного плюса апартаментов наличие в них полной отделки и мебелировки. Наличие сервисных услуг в проектах с апартаментами покупатели оценивают как фактор, создающий дополнительную ценность апартаментов, что напрямую оказывает влияние на ставку

аренды впоследствии, а следовательно, на их собственный доход. Поэтому один из основных факторов успеха апарт-отеля — это профессиональная управляющая компания, предоставляющая высокий уровень гостиничного сервиса.

По итогам первого квартала 2018 года средневзвешенная цена сервисных апартаментов составила 128 тыс. рублей за квадратный метр. Как правило, эта цена включает полную отделку, а в ряде проектов — и мебелировку. В остальных проектах мебелировка предлагается за дополнительную оплату в диапазоне 250–600 тыс. рублей. По сравнению с первым кварталом 2017 года средневзвешенная цена сервисных апартаментов уменьшилась на 6%, что связано со значительным количеством нового предложения данного формата, вышедшего в продажу за исследуемый период по более низким ценам.

В сегменте несервисных и рекреационных апартаментов произошло незначительное увеличение показателя средневзвешенной цены, в основном вследствие увеличения строительной готовности объектов. В элитном сегменте изменение средневзвешенной цены в основном связано с курсовыми колебаниями, так как в проектах «Дель Арте», «Резиденция на Каменном» и «Императорский яхт-клуб» цены установлены в валюте.

Средняя стоимость аренды (сроком от одного до трех месяцев) в действующих комплексах апартаментов по итогам марта 2018 года составила 38,5 тыс. рублей в месяц за номер средней площадью 28 кв. м. ■

## РОСКОШЬ НА РОССИЙСКОЙ ВОЛНЕ

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО АМЕРИКАНСКОГО ХОЛДИНГА ONE & ONLY REALTY В РОССИИ ПОЛУЧИЛО ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ПРАВА НА ПРОДАЖУ ЯХТЫ BUGATTI NINIETTE 66 В РФ И СТРАНАХ СНГ.

Основное направление деятельности холдинга — сделки в сфере купли-продажи эксклюзивных объектов в элитном сегменте американского рынка. Российское представительство провело в Петербурге первую закрытую презентацию «бриллианта» среди яхт — Bugatti Niniette 66 — в ювелирном бутике Gold Union House. Гости во всех подробностях продемонстрировали макет яхты, цена которой до сих пор не оглашалась, и предоставили возможность получить консультацию технического специалиста. В качестве музыкального сопровождения был выбран джаз, выступила певица Эми Питерс.

«Американская судоверфь Palmer Johnson, которая совместно с брендом Bugatti сотворила настоящее яхтенное искусство, является партнером One & Only



ДАЖЕ МАКЕТ BUGATTI NINIETTE 66 ВЫГЛЯДИТ ВПЕЧАТЛЯЮЩЕ

Realty. Исходя из успешного совместного опыта работы в Америке и узнав, что мы выходим на рынок элитной недвижимости РФ, она доверила нам жемчужину их производ-

ства Bugatti Niniette 66 для представления в России и странах СНГ», — сказал руководитель представительства One & Only Realty в России Алексей Черных.

Сегодня бренд французской автомобилестроительной компании Bugatti является символом невероятной роскоши и сочетает смелые технологические решения и инновационный дизайн. Яхта Niniette 66 разрабатывалась при содействии и одобрении фирмы Bugatti, поэтому прослеживается явное стилистическое сходство между яхтой и суперкаром Bugatti Chiron. Но если к выпуску запланировано 500 автомобилей, то яхт — только 66. Такова и длина судна в футах, то есть 20 метров. В конструкции корпуса яхты и в ее отделке применен карбон (полимерный композиционный материал), в качестве штурвала используется рулевое колесо широна. Кают-компания, палуба и спальня также оформлены в стилистике суперкара. ■



Эталон  
ЛенСпецСМУ

# КВАРТИРЫ С ОТДЕЛКОЙ В ЦЕНТРЕ ПЕТЕРБУРГА



- КРУПНЕЙШИЙ КОМПЛЕКС СРЕДИ СТРОЯЩИХСЯ В ЦЕНТРЕ ГОРОДА
- СРОК СДАЧИ ПЕРВОЙ ОЧЕРЕДИ: IV КВ. 2018 Г.
- СОБСТВЕННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА
- ПОДЗЕМНЫЕ ПАРКИНГИ
- ОДНОРОДНОЕ СОЦИАЛЬНОЕ ОКРУЖЕНИЕ
- ЗАКРЫТЫЕ БЕЗОПАСНЫЕ ДВОРЫ

385 04 37

Центральный офис  
Богатырский пр., 2



Группа Эталон



# RADISSON ВСПОМНИЛ О «САЙГОНЕ»

В здании отеля Radisson Royal открылась фото-выставка «Сайгон жив». Сюда, как и во времена существования легендарного кафетерия, можно зайти прямо с угла Невского и Владимирского — теперь здесь, в переделанном пространстве, находится гостиничный бар Capelle.

Для многих ленинградцев-петербуржцев слово «Сайгон» имеет одно значение: так неофициально назывался кафетерий, где собирались неформалы советской поры. Кафе существовало при тогдашнем ресторане «Москва» с 1964 по 1989 год. В разные годы здесь можно было встретить Иннокентия Смоктуновского, Михаила Шемакина, Виктора Цоя, Бориса Гребенщикова, Юрия Шевчука, Сергея Довлатова... Здесь царил особая атмосфера, это заведение было своеобразным

центром притяжения интеллектуалов, диссидентов, свободных художников.

Прикоснуться к истории знаменитого кафетерия можно до 12 мая. Авторы фотографий — Владимир Пешков и Сергей Семенов (1968–2017), работавший в петербургской редакции газеты «Коммерсантъ» чуть ли не со времени ее основания.

«На открытие выставки пришли люди разных сайгоновских эпох,— рассказывает Инна Волкова, участница группы «Колибри».— Пришел старейший живущий сайгоновский тусовщик, всем известный фотограф Валентин Самарин, которому исполнилось 90 лет. Он был в шикарном пальто, берете, с тростью и многочисленной свитой. Во время кон-



ФОТО ИЗ АРХИВА СЕРГЕЯ СЕМЕНОВА (1968–2017). КАФЕ «САЙГОН» В 1986 ГОДУ

церта „бодро танцевал“, сидя в кресле в толпе. Все растроганно обнимались. Володя Рекшан показал издали под камеры маленькую невзрачную чашку, заточенную в плексигласовый куб, утверждая,

что это настоящая чашка из „Сайгона“. Вспомнили, что маленький двойной был, вообще-то, жезль, но пить было прилично только маленький двойной. И никто никогда не пил кофе с молоком». ■

## ПО КОНФЛИКТАМ УДАРЯТ АВТОПРОБЕГОМ

Одним из ярких событий в программе предстоящего Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ) с 24 по 26 мая в Петербурге станет международный проект «Ралли мира — 2018».

Автопробег на старинных и спортивных автомобилях пройдет во второй раз. В прошлом году, стартовав в Монако, он финишировал в дни ПМЭФ на площадке «Росконгресса», удивив участников форума линейкой раритетных автомобилей и необычным внешним видом водителей. Участники автопробега — европейские политики, звезды шоу-бизнеса, аристократы и даже коронованные особы.

По словам одного из организаторов проекта, президента фонда «Будущее Родины» Кюри Усманова, сам автопробег стремится выполнить миссию, направленную на укрепление дружбы и сотрудничества между Европой и Россией в условиях сложнейшей политической обстановки. Концепция «Ралли мира» вписывается в основную тему предстоящего ПМЭФ, заявленную как «Создавая экономику доверия».

«Настоящей аристократии важно понимать, под какими лозунгами они выступают в таком путешествии,— говорит Кюри Усманов.— Вместе с проектом „Ралли



РОССИЙСКИЕ БИЗНЕСМЕНЫ ПРИМУТ УЧАСТИЕ ВО ВТОРОМ ЭТАПЕ «РАЛЛИ МИРА» ПО МАРШРУТУ ПЕТЕРБУРГ — МОНАКО

мира» первые лица Европы несут идею сотрудничества Запада и России, признаются в любви Санкт-Петербургу и поддерживают развитие туризма и межкультурных отношений наших стран».

По словам вице-президента фонда «Будущее Родины» Яны Отман, которой при-

надлежит идея проекта, в 2018 году в «Ралли мира» будет добавлен второй этап — обратный маршрут из Петербурга в Монако, в котором примут участие и российские бизнесмены.

Первый этап начнется 18 мая. Зарубежные участники стартуют из Монте-Кар-

ло на ретроавтомобилях и спорткарах, им предстоит проехать через Берлин и Хельсинки. Автоколонна финиширует на площадке ПМЭФ 23 мая, в день начала его работы. На сегодняшний день участие в автопробеге подтвердили великий князь Георгий Романов, принц Эммануэль Филиберто Савойский, князь Серж Югославский, президент компании Rolls Royce Club Azure Жуан Анри Таменне, президент фонда князя Альбера Amities Sans Frontiers Japan (Монако) леди Юрие Хатанака.

На автопробег заявлены редчайшие коллекционные автомобили: Buick 1947 Roadmaster, Morgan 1973, Aston Martin DB2, Morgan Threewheeler, MG Racing 1969, Rolls Royce Corniche, Citroen 1922 и еще десяток уникальных моделей.

26 мая будет дан старт второго этапа — Петербург — Монако. Это путешествие будет проходить под лозунгами «Россия и Европа вместе» и «У стран Запада и России одна миротворческая дорога». Автопробег пройдет по маршруту Санкт-Петербург — Хельсинки — Травемюнде — Гамбург — Дюссельдорф — Париж — Женева — Монако и финиширует 2 июня у дворца принца Альбера II. ■

ПЕТР АЛЕКСЕЕВ



## ПРОЩАЛЬНЫЙ ТУР ОЗЗИ ОСБОРНА

3 июня в рамках мирового тура «крестный отец хэви-метала» Оззи Осборн выступит с большим концертным шоу в петербургском «Ледовом дворце».

Своим прощальным кругосветным туром артист Зала славы рок-н-ролла и обладатель премии «Грэмми» отметит более чем пятьдесят лет музыкальной карьеры (как сольной, так и в качестве ведущего вокалиста группы Black Sabbath, образо-

ванной в 1968 году). Тур Осборна продлится вплоть до 2020 года и ознаменует окончание мирового гастролирования легендарного артиста.

«Люди постоянно спрашивают меня о пенсии,— говорит Осборн.— Это будет мое последнее мировое турне, но, может, я дам еще пару концертов где-нибудь».

Начнутся гастроли с мексиканского шоу, за которым последуют концерты в

трех южноамериканских странах. Далее — шестинедельная европейская часть тура как с сольными концертами, так и в составе различных фестивалей, она начнется в России: 1 июня музыкант выступит в Москве и 3 июня — в Петербурге. Оззи Осборна будут сопровождать старые «соратники»: Зак Уайлд (гитара), Роб «Бласко» Николсон (бас), Томми Клафетос (ударные) и Адам Уэйкман (клавиши). ■

СОБЫТИЯ

# ШУБА ПО ЦЕНЕ ДОМА. ПОЧЕМУ ИЗДЕЛИЯ ИЗ СОБОЛЯ ТАКИЕ ДОРОГИЕ?

Когда речь заходит о мехе, соболь сразу занимает нишу аристократов. Его называют королем пушнины, а его стоимость в несколько раз превышает цену на другие виды меха. За самим словом «соболь» закрепился статус роскоши, всеми желанной, но не для всех позволительной. Когда-то за соболиную шубу можно было купить поместье. Сейчас мех стал доступнее, но его стоимость по-прежнему будоражит воображение неспециалистов: у качественного изделия из самых лучших шкурок она может сравниться с ценой на коттедж. Так что же делает соболиный мех таким дорогим и ценным материалом и от чего зависит его стоимость?

Истоки высокой репутации соболя можно найти в истории. Пушной зверь водился только в Сибири и из-за своей редкости и красоты использовался при отделке царской одежды. Цена на него была так велика, что даже не всякая знать могла его себе позволить. Соболиная шуба приравнивалась к драгоценности и без слов говорила о статусе обладателя. Так как соболь добывался только в России, он стал важной статьей русского экспорта. Постепенно он стал частью международных отношений, средством установления дипломатических связей. Его дарили в знак уважения монархам других стран. И даже во времена СССР Хрущев не изменил старым традициям и при визите в Англию подарил королеве Елизавете II соболиный набор.

Сейчас в небольших количествах соболь также водится в соседних России Северной Корее, Монголии и Китае. Китай пытается разводить пушных зверьков, стремясь потеснить естественную монополию России. В этой стране всерьез заинтересованы в соболе и даже приняли государственную программу по его разведению. Но к каким-либо заметным результатам их деятельность еще не привела. Поэтому главным и, по сути, единственным поставщиком шкурок остается наша страна. Большая часть полуфабриката – промысловая. В СССР удалось начать разведение зверька на фермах. Но таких шкурок получают немного: в год на «Союзпушнине», единственном аукционе, где продают соболя, всего 30 тысяч – фермерского происхождения. Шкурки со звероферм не уступают по качеству промысловым. Они больше по размеру, что делает их более удобными для производства одежды, но шуба из них получается не такая легкая. Также в них отсутствует так называемый характер в



окрасе: фермерский соболь – однотонный, темно-коричневого цвета.

В других странах часто используют бренд «канадский соболь», под которым продают изделия из куницы. Его ценность в разы ниже, чем у русского соболя, поэтому и стоит такая шуба в 3 раза дешевле. Однако недобросовестные производители, пользуясь незнанием этой разницы и похожим внешним видом, могут выдавать куницу за русского соболя.

Интересно, что из всех видов меха соболь имеет наибольший разброс по

стоимости сырья. Цена выстраивается в зависимости от характеристик пушнины. На них мы остановимся подробнее.

Соболя делят по цвету в зависимости от окраса зверя: от самого темного №1 (почти черного) до самого светлого №7 (песочного). Чем он темнее, тем выше стоимость. Некоторые производители могут мошенничать и окрашивать светлые шкурки в темный цвет, чтобы продать дороже. Это, естественно, отражается на качестве. Цвет №1 выводится только на фермах и не встречается в дикой природе. Дикий соболь в основном

начинается с №3 – он темно-коричневого цвета. В погоне за оригинальностью моделей дизайнеры могут стричь и даже осветлять мех. Но делается это редко. Считается, что красота зверя самодостаточна и не нуждается в дополнительных ухищрениях.

Цена на изделие возрастает, если в мехе есть седина. Это редкое явление, на которое нельзя повлиять при помощи селекции (из 600 тыс. шкур, продающихся в год на аукционе, седыми являются около 2 тыс. на весь мир). По количеству серебристых волосков соболь делится от Silver 0 (без седины) до Silver 5.

В зависимости от среды обитания зверьков различают по кряжам: Алтайскому, Камчатскому, Енисейскому, Якутскому, Амурскому и Баргузинскому. Последний – самый значимый кряж. В этом месте обитания сложились природные условия, в которых получается самый легкий, шелковистый волос. Мех такого соболя считается лучшим. Кстати, набор, подаренный королеве Хрущевым, состоял именно из баргузинского соболя.

Самый дорогой соболь – самый редкий: самого темного цвета №1 и самой насыщенной седины Silver 5. Таких шкурок в мире получают всего около 70 в год, все они фермерские, и их количества хватит всего на одну шубу. Цена изделия из самого седого соболя составит около 8 млн рублей. Диких зверьков с сединой получают около 2 тысяч. Количество не так уж велико, поэтому найти изделия из шкурок высшего качества не просто. В Санкт-Петербурге покупкой самого ценного соболя занимается только один меховой салон – LENA. Сырье компания LENA закупает только на аукционе «Союзпушнина», так как он берет на себя работу по сортировке шкурок по цвету, размеру, наличию седины и дефектов. LENA приобретает только лучшие лоты и имеет дипломы, подтверждающие эти покупки. Специалисты компании прекрасно разбираются в соболе и готовы делиться своим опытом. Они могут на конкретных примерах показать вам разницу между соболем и куницей, а также перейти к задачам посложнее: продемонстрировать, чем отличаются шкурки 5-й и 3-й седины. Компания уже 30 лет занимается производством соболиных шуб и дорожит своей репутацией. Поэтому если вы интересуетесь качественными и красивыми изделиями из уникального меха, вы можете обратиться в салон LENA по адресу: Санкт-Петербург, Невский пр., д. 170. С ассортиментом и предложениями компании вы можете ознакомиться на сайте [www.lena1988.ru](http://www.lena1988.ru).

# ФЛОРЕНТИЙСКИЕ СЕЗОНЫ

ОТЕЛЬ FOUR SEASONS ВО ФЛОРЕНЦИИ — КАК ЗАКРЫТАЯ ШКАТУЛКА С ДРАГОЦЕННОСТЯМИ. ЗА ВЫСОКОЙ ОГРАДОЙ, ПРИМЫКАЮЩЕЙ К ПАЛАЦЦО XV ВЕКА СО СТРОГИМ ФАСАДОМ, СКРЫВАЕТСЯ ОДИН ИЗ САМЫХ ЗНАМЕНИТЫХ ЧАСТНЫХ САДОВ ГОРОДА — ДЖАРДИНО ДЕЛЛА ГЕРАРДЕСКА. СРЕДИ ВЕКОВЫХ ТУЙ И ГИГАНТСКИЙ СЕКВОЙ ОБНАРУЖИВАЕТСЯ ЕЩЕ ОДНА ЖЕМЧУЖИНА, КАК И ДВОРЕЦ, НАПОЛНЕННАЯ ПРОИЗВЕДЕНИЯМИ ИСКУССТВА РАЗНЫХ ЭПОХ, — СТАРИННАЯ LA VILLA, БЫВШИЙ МОНАСТЫРЬ XVI ВЕКА. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА



ВИД НА САД С ВЕЧНОЗЕЛЕНЫМИ РАСТЕНИЯМИ СОЗДАЕТ НАСТРОЕНИЕ В ЛЮБОЕ ВРЕМЯ ГОДА



НЕБОЛЬШОЕ ЛОББИ НАПОМИНАЕТ УЮТНУЮ ГОСТИНУЮ

Four Seasons Hotel Firenze позиционируется как городской курорт — и правда, здесь создан свой замкнутый мир, который дает ощущение полной изолированности. Хотя близость Дуомо, Уффици и других ценностей побуждает выйти из этого царства неги, не привычного даже для такого города, как Флоренция.

Погружение в яркую атмосферу дворца Palazzo Della Gherardesca начинается с внутреннего дворика-атриума. В центре его высится копия статуи «Вахх» Микеланджело, на стенах над арочными проемами галереи — двенадцать барельефов и росписи Джованни Страдано, флорентийского художника-маньериста. В каменных вазах — нежно-лиловые орхидеи, в галереях с «шахматными» полами — современные арт-объекты, которые итальянские дизайнеры умеют мастерски сочетать с богатым историческим наследием. Сегодня в отеле, открывшемся после реконструкции почти пять лет назад, 116 номеров и люксов. Гордость отеля — мишленовский ресторан Il Palagio со звездным шефом Вито Моллика.

История палатцо, сада и виллы может тянуть на увесистый том, если живописать ее во всех подробностях. В 1473 году канцлер Флорентийской Республики Бартоломео Скала купил обширную территорию практически в центре города, и в 1490 году для него был возведено здание изысканного палатцо. Через семь лет он умер, оставив все своему сыну Джулиано. В 1585 году дворец был приобретен Алессандро Оттавиано Медичи, ставшим 1 апреля 1605 года папой римским Львом XI — он умер 26 дней спустя. В 1607 году дворец перешел к его сестре Костанце, жене Уго Делла Герардеска, и в этой семье он оставался почти три столетия.

В 1713–1720 годах в палатцо были проведены строительные работы, и над



ТАКАЯ ОБСТАНОВКА РАСПОЛАГАЕТ ПОСИДЕТЬ У КАМИНА



КОПИЯ СТАТУИ «ВАХХ» МИКЕЛАНДЖЕЛО — ВО ВНУТРЕННЕМ ДВОРЕ-АТРИУМЕ



ЗДЕСЬ РАЗМЕСТИЛСЯ СПА-ЦЕНТР С ОТКРЫТЫМ БАССЕЙНОМ



ЧАСТЬ ЗАЛА МИШЛЕНОВСКОГО РЕСТОРАНА IL PALAGIO



«ВИЛЛА» — ОТДЕЛЬНОЕ ЗДАНИЕ, ОТНОСЯЩЕЕСЯ К ОТЕЛЮ



ТАКИЕ ИНСТАЛЛЯЦИИ ВНОСЯТ В РОМАНТИЧЕСКИЙ ПАФОС ПАРКА ЗАБАВНУЮ НОТКУ

двориком XV века появился второй этаж. В 1859 году граф Герардеска стал сенатором итальянского королевства, и палаццо стал местом встречи политиков нового государства. А в 1883 году семья Герардеска продала дворец Исмаилу Паше, вице-королю Египта, но он не смог получить разрешение на размещение во дворце своего гарема, поэтому продал палаццо в 1885 году.

Затем здание принадлежало итальянской Железнодорожной компании — его использовали в качестве главного офиса, в 1940-м оно было продано металлургической компании. В 2000 году палаццо и La Villa по соседству были приобретены Fingen Group — одной из ведущих итальянских компаний, занимающихся ритейлом и недвижимостью. В 2001 году начались работы по созданию в исторических зданиях отеля под брендом Four Seasons.

Надо сказать, что реконструкция и реставрационные работы строго контролировались суперинтендантом Флоренции по художественному историческому наследию и Министерством по делам изобразительного искусства и культуры. И сегодня в отеле полностью сохранена вся коллекция произведений искусства в разных художественных стилях, собранная владельцами дворца на протяжении всей его истории.

La Villa с 37 апартаментами остается более приватной резиденцией — ее соединяет с палаццо только исторический парк, который вполне можно назвать ботаническим, благодаря обилию редких растений. Кстати, сад Герардеска восстановлен в романтическом стиле XIX века — с хитросплетением дорожек, беседкой и фонтаном.

А этим летом Four Seasons Hotel Firenze запускает новый проект — Table to Farm, поддерживая популярный сегодня тренд аутентичности. В девять утра гости отеля приезжают в частное хозяйство в сельской местности и проживают здесь типичный день тосканского фермера. Забирают свежие яйца в курятнике, кормят домашних птиц и животных, собирают овощи на огороде, узнают о секретах выращивания помидоров, баклажанов, кабачков... Ну и, конечно, обедают бульоном из свинины (рецепт датируется 1338 годом, а особая порода свиней выращивается только в Тоскане) с поджаренным хлебом с оливковым маслом, хамоном, сыром пекорино, пастой ручной работы и другими настоящими продуктами, за которые так любят Италию. Остаток дня проводится на виноградниках, где производится Кьянти. Обещают, что все эти сельскохозяйственные мероприятия будут включать сезонные активности — например, осенью можно будет поучаствовать в сборе оливок и винограда. ■



ФАСАД ОТЕЛЯ СО СТОРОНЫ УЛИЦЫ ВЫГЛЯДИТ СТРОГО И СТИЛЬНО



МРАМОР И ЗОЛОТО НАМЕКАЮТ НА РОСКОШЬ ДРЕВНЕГО РИМА



ЗДЕСЬ ПОДАЮТ ВЕЧЕРНИЙ ЧАЙ



ХОТЯ БЫ ОДНУ НОЧЬ СТОИТ ПРОВЕСТИ С ВЫСОКИМ ИСКУССТВОМ

СОВРЕМЕННАЯ СКУЛЬПТУРА, ВЫПОЛНЕННАЯ С ДОЛЕЙ ЮМОРА, УДАЧНО ВПИСЫВАЕТСЯ В ИСТОРИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО

ФОТО: ЕЛЕНА ФЕДТОВА

## ОТЕЛИ МИРА

# SALONE DEL MOBILE — МАНИФЕСТ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА

С 17 ПО 22 АПРЕЛЯ В МИЛАНЕ ПРОШЛА ИЗВЕСТНАЯ НА ВЕСЬ МИР ВЫСТАВКА SALONE DEL MOBILE. С КАЖДЫМ ГОДОМ ЭТО ГРАНДИОЗНОЕ СОБЫТИЕ В ВЫСТАВОЧНОМ ЦЕНТРЕ RO (FIERA MILANO DI RHO) СОБИРАЕТ ВСЕ БОЛЬШЕ ПРОФЕССИОНАЛОВ ДИЗАЙН-ИНДУСТРИИ, ПРЕССЫ И ЛЮДЕЙ, СПЕЦИАЛЬНО ПРИЕЗЖАЮЩИХ СЮДА, ЧТОБЫ СЛЕДИТЬ НЕ ТОЛЬКО ЗА ТРЕНДАМИ МИРОВОГО МЕБЕЛЬНОГО РЫНКА, НО И ЗА ИННОВАЦИЯМИ В СФЕРЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ОКРУЖАЮЩЕГО ПРОСТРАНСТВА. В ЭТОМ ГОДУ В ВЫСТАВКЕ ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ 2000 КОМПАНИЙ (30% ИЗ НИХ — НЕ ИТАЛЬЯНСКИЕ), ЕЕ ПОСЕТИЛИ ГОСТИ ИЗ БОЛЕЕ ЧЕМ 160 СТРАН. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА



ЧЕРЕЗ ЭТОТ ВХОД НА ВЫСТАВКУ ЗА НЕДЕЛЮ ПРОХОДЯТ СОТНИ ТЫСЯЧ ПОСЕТИТЕЛЕЙ



НА ПЛОЩАДИ ДУОМО ОТКРЫЛАСЬ ВРЕМЕННАЯ ИНСТАЛЛЯЦИЯ LIVING NATURE. LA NATURA DELL'AVITARE — ОНА ПОСВЯЩЕНА ИССЛЕДОВАНИЯМ ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ ПРИРОДОЙ И ЖИЗНЬЮ И ОДНОВРЕМЕННО ДЕМОНИСТРИРУЕТ НЕКОТОРЫЕ ИДЕИ «ЗЕЛЕНОГО» ДИЗАЙНА ДЛЯ ИНТЕРЬЕРОВ И ЭКСТЕРЬЕРОВ ДОМОВ

Сегодня «салон» решительно выходит за рамки выставочного центра и становится значительным городским событием, впечатляющей неделей дизайна, вовлекая в водоворот презентаций, выставок, вечеринок и коктейлей множество компаний, и не только итальянских, занимающихся производством и дизайном всего на свете — обуви, одежды, текстиля, интерьеров, посуды, сантехники... В эти дни в своих миланских шоу-румах, бутиках и галереях они стремятся представить лучшее и самое креативное из созданного под тем или иным брендом. Некоторые вступают в коллаборации с известными художниками, фотографами, флористами, создавая неожиданные инсталляции, как, например, компания Alcantara — производитель одноименной ткани, на ощупь напоминающей мягчайшую замшу; этот материал используется в фэшн-индустрии, в дизайне интерьеров, отделке автомобильных и авиасалонов.

«Девять путешествий во времени» — так называется экспозиция, расположившаяся в небольших помещениях исторического Палаццо Реале рядом с Миланским собором. Философская идея

воплощения времени в разных ипостасях породила фантастические визуальные формы: лабиринт, ротонда, цилиндры, волнистые поверхности — все это создано художниками и дизайнерами из разных стран из ткани Alcantara. В результате материал обрел новый смысл и предстал в неожиданном свете — такую форму взаимодействия современного искусства с производством чего бы то ни

было вполне можно назвать новым трендом в продвижении брендов. А в новом флагманском бутике Woolrich на Corso Venezia открылась выставка знаменитого итальянского архитектора, дизайнера и фотографа Карло Моллино (1905–1973) — его называют сюрреалистом в дизайне. В пространстве, созданном японской студией Wonderwall, с зимним садом и специальной комнатой для испытания одежды

в определенном микроклимате, развешены фотографии мастера и расставлены предметы мебели, своими линиями напоминающие изгибы женского тела.

Но главная экспозиция «салона» разворачивается в комплексе Ро — он был открыт в 2005 году, чтобы значительно расширить существующий выставочный центр Fiera Milano City, и с того времени стал одним из самых крупных и совре-



ЛЕГКИМ ДВИЖЕНИЕМ РУКИ КУХНЯ И БАР ПРЕВРАЩАЮТСЯ В ОРИГИНАЛЬНОЕ ПАННО



ХОЛОДНАЯ ЦВЕТОВАЯ ГАММА ВОЗБУЖДАЕТ АППЕТИТ

## СОБЫТИЯ

менных выставочных центров мира. Он находится примерно в 30 минутах езды от центра города и занимает площадь 345 тыс. кв. м, на которой расположено восемь гигантских павильонов. С самого утра сюда стекаются толпы людей — многие с чемоданами на колесах для сбора многочисленной информации, и входная зона с турникетами досмотра становится похожа на оживленный аэропорт. В павильонах — постоянное броуновское движение, каждый стенд пытается выделиться чем-то необычным, используя для этого все возможные технологии. Нон-стоп идут мультимедийные презентации, представители компаний проводят экскурсии по своим экспозициям, дизайнеры интерьеров присматриваются к новинкам и оценивают возможности своих заказчиков, а наиболее продвинутые заказчики сами приезжают сюда, чтобы определиться с выбором — здесь все можно потрогать, получить максимум информации о материалах и принципах производства, включить-выключить-открыть-закрыть. Smart design for smart people — этот девиз итальянской фирмы Kartell, пожалуй, справедлив для всей грандиозной экспозиции, хотя она декларировала более скромный, но тоже верный лозунг: Buon design! («хороший дизайн»).

Выставка проходила в 57-й раз, и впервые в ее истории оргкомитет Salone del Mobile выступил с «Манифестом» — по сути, это декларация о намерениях, которые позволят привлечь новые идеи, проекты и ресурсы. «Сегодня, чтобы ответить на глобальный спрос, мы должны совершить еще больше: мы должны сосредоточиться на инновациях и сохранении высокого качества производства, на способности создавать систему и культуру, на способности делиться информацией и раскрывать потенциал новых поколений», — говорит Клаудио Лутти, президент Salone del Mobile.

«Salone del Mobile — это отличительный знак Милана, — утверждает мэр города Джузеппе Сала. — Салон — это гораздо больше, чем просто выставка мебели, это международное мероприятие, лаборатория экспериментов и исследований, витрина для новых предприятий, место встречи дизайнеров и архитекторов, которые каждый год представляют, изучают и прогнозируют тенденции». Таким образом, манифест утверждает особую роль города, его лидерство в развитии дизайна будущего. А еще манифест — это провозглашение свободы творчества, способного изменить мир к лучшему. Как ни пафосно это звучит.

Манифест включает разделы под названиями: «Эмоция», «Представление»,

«Качество», «Дизайн», «Система», «Молодежь», «Культура», «Коммуникация», «Милан в центре». Это можно назвать формулой развития Salone del Mobile, направлением в продвижении дизайна как силы, гармонизирующей мир. Что касается коммерческого аспекта, то, по словам президента «Агентства ИЧЕ» Микеле Сканнавини, «инновации и креативность итальянской продукции, поддерживаемые скоординированными действиями компаний, ассоциаций и институтов, позволили увеличить экспорт на 1,7% в 2017 году и позволили достичь важных целей как на европейских, так и на удаленных рынках, таких как Китай, где Италия стала ведущим поставщиком мебели».

В эти же дни к основной площадке выставочного центра в 22-й раз присоединился Международный салон кухонной мебели (EuroCucina) вместе с представлением кухонных технологий будущего (FTK — Technology for the Kitchen). В этих экспозициях приняли участие 111 и 47 компаний соответственно. «Умные» энергосберегающие бытовые приборы, оснащенные встроенными технологиями для взаимодействия друг с другом, действительно поражают. В этих кухонных пространствах, напоминающих фильмы о будущем, идет своя жизнь — закручиваются водовороты в прозрачных посудомоечных машинах, светильники ползут вверх-вниз, включаются разные девайсы, шторы и дверцы шкафов раздвигаются сами собой, меняя пространство. Тенденция очевидна: больше нет устройств, которыми было бы невозможно управлять удаленно — все можно подключить к приложениям и друг к другу. Современная кухня — это не только помещение для приготовления и приема пищи, но и место для общения, напоминают дизайнеры. Поэтому кухонное пространство становится все более открытым и подвижным, а на смену «неподвижному» помещению приходит трансформирующееся с модульными конструкциями. Что касается стиля всех этих высокотехнологичных кухонь, то его можно определить как минимализм. Никаких излишеств: гладкие поверхности из натурального камня или его имитаций, дерево, металл. Серо-стальная цветовая гамма с вкраплениями белого, черного и коричневого выглядит весомо и внушительно. Зато буйство цвета врывается в эти храмы гастрономии, когда в ход идут разнообразные продукты — мясо, рыба, дары лесов, садов и огородов.

В Международном салоне ванных комнат, который также проходил в рамках Salone del Mobile, участвовали 228 компаний. Они представили мебель и аксессуары, душевые кабины и оборудование для сауны, сантехнику, облицовочные мате-



НА ВЫСТАВКЕ КУХОНЬ ГОВОРЯТ НЕ О ЕДЕ, А О БИЗНЕСЕ

риалы и смесители, обычные и гидромассажные ванны. Здесь особое внимание отводилось инновационным материалам и технологиям, снижающим влияние на окружающую среду. А еще домашней автоматизации, позволяющей, например, приспосабливать ванную комнату к настроению того, кто в ней находится, — менять температуру помещения, музыку, освещение и даже высоту сантехники и облицовку стен.

Пожалуй, самым выраженным трендом Salone del Mobile стало стремление к гармонии с природой. Именно поэтому неделя дизайна в Милане началась с инсталляции Living Nature. La Natura dell'Abitare в специально построенном павильоне на площади у Миланского собора. На открытие проекта приехал даже мэр Милана. В прозрачном легком сооружении под выгнутой крышей, на зонированном пространстве в 500 кв. м одновременно существуют четыре времени года, кусочки живой природы — деревья, цветы, травы... Переходя из зимы в весну, из лета в осень кожей ощущаешь мгновенную смену времени года. Павильон состоит из сенсорной кристаллической мембраны с датчиками, способными реагировать на освещение, они позволяют регулировать климатические условия внутри павильона. В крышу встроены органические фотоэлектрические панели — солнечные батареи последнего поколения, созданные на основе процесса фотосинтеза хлорофилла. Они производят энергию, необходимую для охлаждения зоны «зима» и прогрева «лета». Что хотели сказать создатели проекта — международная студия дизайна и инноваций Carlo Ratti Associati?



ВЫСТАВКА ПОЗВОЛЯЕТ ЗАГЛЯНУТЬ В САМЫЕ ПРИВАТНЫЕ УГОЛКИ ВООБРАЖАЕМОГО ДОМА

Рациональное использование природных ресурсов, способность их воспроизводить — вот что нужно человеку для комфорта физического и морального. Даже если он об этом не задумывается.

Вечером Милан, где уже по-летнему тепло, становится непрекращающимся праздником. У бутиков в центре города собирались гости — стильная публика, пришедшая поднять бокал-другой игристого за торжество дизайна и гармонии, которой так недостает этому миру. ■



ЧЕРНОЕ НА БЕЛОМ ВЫГЛЯДИТ НЕПЛОХО, КАК НИ РАСПОЛОЖИ



ТАКОЕ СОВРЕМЕННОЕ БАРОККО — РЕДКОСТЬ В ЭКСПОЗИЦИИ



НЕКОТОРЫЕ ДЕТАЛИ ИНТЕРЬЕРА НАВОДЯТ НА РОМАНТИЧЕСКИЕ МЕЧТЫ О КОМФОРТЕ

ФОТО: ЕЛЕНА ФЕДОТОВА



ШЕФ-ПОВАР  
РЕСТОРАНА «СИМПОЗИУМ»  
АРТЕМ ГУЛЬ  
ГОТОВИТ БЛЮДА  
В АВТОРСКОЙ  
ИНТЕРПРЕТАЦИИ

## С ЛЮБОВЬЮ К СЕВЕРУ

РЕСТОРАННЫЙ КОМПЛЕКС  
«СИМПОЗИУМ» ОБНОВИЛ МЕНЮ,  
ДОБАВИВ БОЛЕЕ ДЕСЯТИ  
НОВЫХ ПОЗИЦИЙ.

На создание новых блюд шеф-повара ресторана Артема Гуля вдохновила любовь к аутентичной северной кухне, в которой используются исключительно локальные продукты.

Например, форшмак здесь готовят не с традиционной сельдью, а со скумбрией. При приготовлении добавляется сок малосольных огурцов, что придает скумбрии оригинальный вкус. При подаче блюдо украшается кремом из зеленого лука, а в дополнение подается домашний гречневый хлеб прямо из печи.

Пополнил список новинок лосось шеф-повара в свекольном маринаде с муссом из хрена и свежими огурцами. Отличительная черта этой позиции — необыч-

ная технология приготовления огурцов, которые маринуются в уксусе, сахарной пудре и зеленом масле. В основные позиции меню также была добавлена говяжья грудинка брискет. При приготовлении мясо томится более суток в отваре можжевельной ягоды, а затем обжаривается на гриле. Грудинка подается с перлотто с пармезаном и соцветиями брокколи.

Новинкой в десертных позициях стало яблоко «под шубой». Десерт выкладывается тонкими слоями из свежих яблок в кислой заправке, моркови со свекольной пудрой, козинаков из семечек льна, подсолнечника и тыквы. Украшением служит воздушный мусс из сметаны, сахарной пудры, свеклы и медовой крошки. ■

## КЕКСЫ В КОЛЛЕКЦИИ «БУРЖЕ»

ВЕСЕННЕЙ ПРЕМЬЕРОЙ ОТ КОМПАНИИ FAZER («ФАЦЕР») СТАЛИ МИНИ-КЕКСЫ, ДОПОЛНИВШИЕ КОЛЛЕКЦИЮ «БУРЖЕ», КОТОРАЯ НАЧАЛАСЬ С ОДНОИМЕННОГО ХЛЕБА.

Новинка вышла сразу с тремя оригинальными вкусами: «Буэнос мангос» с лимонным кремом, «Ван дер Шоко» с темным шоколадом и «Эль карамель» с соленой карамелью. Кексы «Бурже» производятся на итальянском оборудовании, которое

позволяет добавлять начинку после выпекания кексов и тем самым сохранять вкусовые нюансы, оставляя начинку тающей во рту. В тесте используются натуральные специи. Компания «Фацер» продолжает пополнять коллекцию «Бурже» — 17 лет

назад появился премиальный хлеб с таким названием. В прошлом году коллекция пополнилась хрустящими сухариками с пряными вкусами, а теперь появилась новинка для любителей сладкого. «Фацер» — международная семейная компания, которая

предлагает высококачественные хлебобулочные и кондитерские изделия, печенье, зерновые продукты и услуги в сфере организации питания и кафе. «Фацер» работает в восьми странах мира, экспорт компании охватывает около 40 стран. ■

## «ЦЕНТРАЛЬНЫЙ» НОСТАЛЬГИРУЕТ

«В ДЕТСТВЕ И ЮНОСТИ ВСЕ БЫЛО ВКУСНЕЕ, ЗЕЛЕНЕЕ, БЕЛЕЕ, А ДЕРЕВЬЯ — ВЫШЕ», — ГОВОРИТ СОВЛАДЕЛЕЦ РЕСТОРАНА «ЦЕНТРАЛЬНЫЙ» И ПРЕЗИДЕНТ ФЕДЕРАЦИИ РЕСТОРАТОРОВ И ОТЕЛЬЕРОВ СЕВЕРО-ЗАПАДА ЛЕОНИД ГАРБАР.

Собственно, это и есть некая формула ностальгии, справедливая для любого поколения, юность которого далеко в прошлом. В концепции «Центрального» — стиль ресторанов эпохи СССР 1960–1970-х годов прошлого века. В обширном меню — блюда ленинградской и советской кухни (кстати, для ресторанов в системе «Интуриста» тогда разрабатывалось единое меню) и фирменные: например, солянки мясная и рыбная от Леонида Петровича, чебуреки «Ленинградские» и закуски с тем же названием.

Недавно к гастрономическим радостям добавились и другие — танцы под живую музыку в исполнении вокально-инструментального ансамбля «Невский стиль». ВИА — тоже аббревиатура из прошлого — играет шлягеры 1970-х годов, а площадь основного зала ресторана на



125 мест вполне позволяет устроить танцплощадку.

По мнению Леонида Гарбара, в Петербурге практически нет подобных проектов, а вот в Москве ностальгия в тренде, поэтому и ресторанов, делающих ставку на воспоминания о советском прошлом, там немало. ■

ИНТЕРЬЕР РЕСТОРАНА ИЗОБИЛУЕТ  
СОВЕТСКИМИ СИМВОЛАМИ

# ИЗ ЖИЗНИ ОТДОХНУВШИХ

ИД «КОММЕРСАНТЬ» В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ПРОВЕЛ ВЕЧЕР-ВСТРЕЧУ С ЗАСЛУЖЕННЫМ АРТИСТОМ РФ ЮРИЕМ ГАЛЬЦЕВЫМ В РАМКАХ ПРОЕКТА «ВРЕМЯ ТЕАТРАЛЬНЫХ ЛЕГЕНД».

Артист эстрадного жанра, участник популярных телепрограмм на этот раз предстал перед зрителями в другом амплуа: он исполнил авторские песни под гитару.

Вечер прошел в ресторане Tse Fung. Партнерами мероприятия выступили: аме-

риканский холдинг One & Only, финский инвестиционный банк Evli, строительная компания «Балтийская жемчужина», проект парфюмерных искусств Molecule, производитель и дистрибутор алкогольных напитков компания Pernod Ricard Rouss («Перно Рикар Русь»). ■



**1\_** Управляющий директор АО «ВТБ Капитал Управление активами» Владимир Вишневский

**2\_** Исполнительный директор «Лахта-центра» Александр Бобков и Екатерина Литая

**3\_** Директор департамента по маркетингу и продажам строительной компании «Балтийская жемчужина» Ася Левнева

**4\_** Генеральный директор компании «БиоВитрум» Владимир Цимберг

**5\_** Председатель совета директоров компании «Максидом» Александр Евневич

**6\_** Региональный директор Западного региона компании «Вымпелком» Дмитрий Глотов с супругой

**7\_** Генеральный директор компании «Master Девелопмент» Вячеслав Семененко

**8\_** Директор фонда им. Миклухо-Маклая Николай Миклухо-Маклай

**9\_** Заслуженный артист Российской Федерации Юрий Гальцев

**10\_** Председатель совета директоров СЗРК Дмитрий Озерский

ФОТО: АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

ТЕМАТИЧЕСКИЕ  
СТРАНИЦЫ

# Коммерсантъ

ПРОЕКТ ИЗ СЕРИИ  
BUSINESS GUIDE —  
«ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
ФОРУМ».

Со страниц приложения читатель сможет узнать о темах, которые прозвучат на Петербургском международном экономическом форуме в 2018 году, что нового внесено в программу форума и какие важные вопросы развития Российской Федерации будут рассмотрены.

Распространение — вместе с газетой «Коммерсантъ», а также ежедневно на территории проведения Петербургского международного экономического форума в конгрессно-выставочном центре «Экспофорум» (24–26 мая 2018 года):

- на стойках для прессы;
- в брендированной зоне «Коммерсантъ ФМ»;
- в официальных автомобилях форума;
- на стендах наших партнеров.



ФОРМАТ — А3.  
РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ С ГАЗЕТОЙ «КОММЕРСАНТЪ»

24 МАЯ 2018 ГОДА

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