

ЕЛЕНА ФЕДОТОВА,
РЕДАКТОР GUIDE «ТЕРРИТОРИЯ КОМФОРТА»

ТУРИЗМ С ОПТИМИЗМОМ

На распечатке с известного сайта бронирования жилья это место выглядело вполне доступным. Галочка стояла во дворе дома на Старо-Невском, куда две растерянные китайские девушки никак не могли попасть. И я предложила им свою помощь. Причудливое название хостела состояло из трех слов — ничего похожего на табличках у входа во дворы не значилось. У дома — три подворотни, две из которых закрыты. Минут через двадцать расспросов, заходов в магазины, конторы и кафе на первом этаже, где никто ничего не знал, звонков в разные квартиры и другие хостелы у меня появился чисто спортивный интерес: смогу я найти это загадочное место или нет. Тут наконец появилась общительная дама из жильцов коммуналки во дворе. «Это ж какая загаженная парадная была, а теперь, надо же, гостиница в подвале», — не без сарказма рассуждала дама, провожая нас в третий двор. В парадной было не то чтобы чисто, но и не слишком грязно. К двери хостела со странным названием вела лестница вниз. На звонки в дверь и по телефонным номерам, забитым в смартфонах китайнок, никто не отвечал. Девушки приуныли. Дама торжествовала. А я вспомнила, что, вроде, устраивать хостелы в подвалах запрещено законом. И даже в цокольных этажах нельзя. Кстати, выйдя позже на известный сайт, я обнаружила оптимистичные картинки и ни слова о том, на каком этаже это труднодоступное место находится. Но мир не без добрых людей: хозяин соседнего мини-отеля в этом же дворе любезно пригласил туристок из Китая подождать у него. Настороженность сменилась явным чувством облегчения, когда они увидели рядом с хозяином его двоих малышей. Девушки рассыпались в благодарностях и долго жали мне руку. Надеюсь, хозяин их пристанища все-таки появился.

Как пел Юлий Ким: «Вы спросите: каков еще турист? И я отвечу — промолчать негоже: турист — непревзойденный оптимист, хотя и погрузить он может тоже». К чему я веду? Хостелы — один из самых сомнительных вариантов отпускного жилья, кто бы что об этом ни говорил. И не только у нас — за рубежом риск тоже есть. Кроме того, всегда стоит быть готовым к тому, что многое может оказаться не таким, как предполагалось. Даже если ваше временное жилище находится по соседству с бутиком Louis Vuitton.

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ФОРМА УТИЛИТАРНОГО СОЗНАНИЯ
ВНЕШНИЙ ВИД ЖИЛОГО ПРОЕКТА ВО МНОГОМ ОПРЕДЕЛЯЕТ ЕГО УСПЕХ НА РЫНКЕ. ОРИГИНАЛЬНОЕ АРХИТЕКТУРНОЕ РЕШЕНИЕ ОБЛЕГЧАЕТ МАРКЕТИНГОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКТА, ПОЗВОЛЯЯ ПОВЫСИТЬ УЗНАВАЕМОСТЬ КАК САМОГО ОБЪЕКТА, ТАК И КОМПАНИИ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Здание и после сдачи и заселения остается лучшей рекламой, работающей на бренд девелопера. Однако в условиях жесткой конкуренции девелоперу приходится балансировать между желаниями, с одной стороны, максимально снизить себестоимость своего проекта, чтобы предложить минимальную цену, а с другой — сделать его узнаваемым.

Спальные районы Петербурга, как правило, представлены объектами эконом- и комфорт-класса. Это доступное жилье, и при выборе основным фактором для покупателей становится его стоимость, а затем — локация и планировки.

Директор по PR и рекламе девелоперской компании «Созвездие» и управляющей компании «Статус» Дмитрий Ермышев рассуждает: «Нужно понимать, что спальные районы — это форма чисто утилитарного сознания застройщика, противостоящая эстетическому пониманию архитектуры и городской среды. Задачу они свою решают: позволяют переселиться из бараков и коммуналок в отдельные квартиры или просто семье разъехаться. Но при этом это безликая, депрессивная и во многом античеловеческая среда многоэтажных микрорайонов. Она не способствует общению людей: жильцы многоэтажных домов зачастую не знают даже своих соседей по лестничной клетке. Дворы в таких домах не выполняют свою главную функцию — пространства социализации, а служат лишь промежуточной зоной между квартирой и улицей. Но сегодня жилье должно быть полноценным элементом городской среды, от которой теперь в значительной степени зависит качество жизни людей».

Светлана Денисова, начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент», объясняет: «Если говорить о массовой застройке, то надо признать, что наша эпоха, 2010–2020-х годов, останется в истории архитектуры Петербурга как время тотальных неудач. Нет никаких оснований говорить даже о поиске новых решений, нет общественного запроса на другое качество архитектуры, не прослеживается стремление архитекторов пояснить свою точку зрения. Нужно специально работать над популяризацией взглядов, над формированием вкусов, потому что, например, фасадные решения оцениваются покупателями едва ли не в последнюю очередь, им придается невысокая значимость при выборе квартиры. Зачастую мы слышим отзывы об устаревших, затертых панельных домах как о вполне приемлемых. Коль скоро нет запроса, девелопер не будет идти на дополнительные усилия, специальные шаги по повышению качества архитектурных решений. Можно констатировать, что даже про-



ФАСАД ЗДАНИЯ — ЭТО «ЛИЦО» ПРОЕКТА

стые вещи — такие как тотальное остекление или достаточно долговечные навесные фасады из керамогранита — уже представляются большим благом и особо преподносятся в кампаниях по продвижению объектов».

РЫНОК ЗАБОТИТСЯ О СЕБЕ САМ Но все-таки господин Ермышев полагает, что в последнее время рынок стал сам побуждать застройщиков более тщательно подходить к проработке проектов. «Несколько лет назад основной конкурентной стратегией был демпинг. Считалось, что если строишь дешевле, то будут покупать. Но дешевле всех может быть кто-то один. Поэтому застройщики стали формировать иные преимущества. Пока что они строятся вокруг качества отделки, благоустройства, общего комфорта пребывания. Как к такому архитектурному облику подходят весьма сдержанно. Хотя все чаще проекты передают архитекторам. При этом во многом ограничивая их возможности необходимыми техническими решениями или бюджетом», — говорит эксперт.

Алексей Бушуев, директор по продажам Seven Suns Development, считает, что сегодня покупатели меньше всего хотят жить в домах, схожих с образцами массовой советской застройки и теряющихся на фоне серого петербургского неба. «Поэтому для нескольких наших проек-

тов мы выбрали яркие цветовые решения фасадов. Это нашло позитивный отклик у покупателей и уже стало частью нашего фирменного стиля. И мы видим, что жители наших кварталов воспринимают яркий архитектурный облик своих домов как преимущество», — говорит он.

Господин Ермышев говорит, что фантазировать в спальных районах не так интересно, как в центре, хотя на окраинах Петербурга немало исторических объектов, в том числе и домов-памятников. «Соседству с ними почему-то никто не радуется, и исторические здания окружаются типовыми многоэтажками, вся архитектура которых сводится к геометрическим рисункам, росписи, живописному оформлению стен — и все. Вот минимальный набор инструментов, которым пользуется архитектор. Между тем новые материалы и технологии позволяют архитекторам не ограничивать ни свою фантазию, ни запросы заказчиков», — отмечает господин Ермышев.

Михаил Турецкий, генеральный директор компании ProExpert, считает, что работой над архитектурным обликом города, в том числе спальных районов, могут заниматься урбанисты, которые должны работать на город. Они же должны работать над созданием транспортной, социальной инфраструктуры, тесно взаимодействовать с девелоперами. 16 →

АРХИТЕКТУРА