

КАК РАЗВИВАТЬ  
ИНФРАСТРУКТУРУ / 16  
УБРАТЬ ВСЕ ТОЧКИ НАД / 18  
ИНВЕСТИРОВАТЬ В ИСКУССТВО / 22

# Территория комфорта

Пятница, 19 октября 2018 №192

(№6430 с момента возобновления издания)

Цветные тематические страницы №13–28

являются составной частью газеты «Коммерсантъ»

Зарегистрировано в Роскомнадзоре

ПИ № ФС 77-64424 31 декабря 2015 года

**Коммерсантъ**

в Санкт-Петербурге

# Guide

ПАРТНЕР ВЫПУСКА

РОССТРОЙИНВЕСТ



ЗАО «РосСтройИнвест»

Реклама





ЕЛЕНА ФЕДОТОВА,  
РЕДАКТОР GUIDE «ТЕРРИТОРИЯ КОМФОРТА»

## ГАМБУРГЕР КАК НАУКА

Удивительная новость пришла в наши пенаты: до конца 2019 года в Москве американская корпорация «Макдоналдс» планирует открыть университет... гамбургерологии. Оказывается, первый такой университет заработал в 1961 году в США и такие вузы функционируют в Японии, Великобритании, Австралии, Германии и других странах. Пишут, что в британских и американских университетах гамбургерологии можно даже получить ученую степень. Наверное, доктора гамбургерных наук. В переводе на русский — как профессор кислых щей.

По данным lenta.ru, университет гамбургера компании «Макдоналдс» оказался популярнее Кембриджа и Оксфорда. Только восемь абитуриентов из тысячи кандидатов зачисляются на курс в The McDonald's Hamburger University, пишет The Mirror. Сообщается также, что это учебное заведение принимает менее одного процента от общего количества абитуриентов. В Оксфордском университете процент зачисляемых кандидатов равен 18, а в Кембриджском — 20,8.

Спрашивается, чему же такому особенному учат «гамбургеровцев», этих труднопроизносимых специалистов? «В процессе обучения студенты развивают свои лидерские качества, улучшают навыки ведения бизнеса и операционных процедур. В программу курса также входят практические упражнения, например, общение с тайным покупателем». Звучит как программа какого-нибудь лидерского тренинга для офисного планктона.

Видимо, такого высшего учебного заведения нам и не хватает для полного счастья. Для подъема интеллектуального потенциала, так сказать. Чтобы отечественная система образования, наконец, получила то, чего ей так не хватает. Ну и специалистов с лидерскими качествами, конечно. Хотя многие лидеры-то у нас и без университетского образования неплохо обходятся.

Между прочим, как сообщает lenta.ru, в 2015 году стоимость бренда «Макдоналдс», по данным аналитиков Statista, составила \$81,1 млрд, опередив сеть кофеен Starbucks и сеть по продаже сэндвичей Subway. Так что может себе позволить.

# ИПОТЕЧНЫЙ УДАР ПО СПРОСУ

В СЕНТЯБРЕ ЦЕНТРОБАНК ВПЕРВЫЕ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ЧЕТЫРЕ ГОДА ПОДНЯЛ КЛЮЧЕВУЮ СТАВКУ — НА 0,25%. КАК ОПАСАЮТСЯ УЧАСТНИКИ РЫНКА, ЭТО ПРИВЕДЕТ К ПОДРОЖАНИЮ ИПОТЕЧНЫХ КРЕДИТОВ, ХОТЯ ПОКА — НЕСУЩЕСТВЕННО. ЕСЛИ ДАЛЬНЕЙШЕГО РОСТА УЧЕТНОЙ СТАВКИ ПРОИСХОДИТЬ НЕ БУДЕТ, ОБЪЕМЫ ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ ВРЯД ЛИ ИЗМЕНЯТСЯ, СЧИТАЮТ ЭКСПЕРТЫ. РОМАН РУСАКОВ

Доля сделок, совершенных при помощи кредитных средств, различается в зависимости от сегмента, в котором работает застройщик, и особенностей конкретного проекта. Ольга Копейкина, директор по продажам и маркетингу ГК «Ленстройтрест», рассказала, что количество ипотечных сделок в компании достигает 80%. Михаил Ривлин, заместитель председателя правления «Охта Групп», говорит: «Доля ипотечных сделок на первичном рынке в сегменте комфорт достигает 40%, а в эконо-классе — 60%».

Повышение ключевой ставки ЦБ напрямую влияет на ипотечные ставки. Некоторые банки уже пересмотрели свои предложения по ипотечным кредитам, другие собираются это сделать. Скорее всего, рост ставок будет находиться в пределах 0,5–1%, считает Иван Носов, директор по маркетингу и рекламе группы ЦДС. По его мнению, такое изменение не повлияет на продажи жилья, так как является психологически приемлемым для большинства покупателей. «Если же рост ставок будет более значительным, покупатели будут вынуждены пересмотреть свои возможности. Например, остановиться на менее дорогом объекте, чем планировали изначально, или приобрести квартиру меньшей площади, чтобы сохранить размер ежемесячного платежа в пределах комфортных для себя значений», — говорит он.

## ПОТЕРЯ ДОСТИЖЕНИЯ

«Низкая ставка — это одно из важнейших макроэкономических достижений последних лет. Если она будет существенно повышаться, то это негативно скажется на рынке. Тем не менее сегодняшнее повышение ключевой ставки ЦБ увеличит ипотеку всего на доли процента и не остановит покупателей. Это может негативно сказаться лишь в моменте: когда человек уже получил письмо об одобрении кредита по определенной ставке, а при посещении банка узнает, что она выросла. Но это будут единичные случаи», — считает господин Ривлин.

Алексей Барин, коммерческий директор компании «Факт. Коттеджные поселки», рассказывает: «Пока что не все банки официально объявили размер повышения. Из наших партнеров Локо-банк увеличил ставку на потребительские кредиты на 0,5% годовых, банк „Санкт-Петербург“ изменил условия по ипотеке на 0,25%, а вот Россельхозбанк заявил о значительном росте в 1,5%. Мы работаем в сегменте коттеджных поселков, и доля ипотечных сделок у нас достигает 30%, хотя в целом по рынку это около 10%. У нас интерес к ипотеке ежемесячно показывает прирост. В масштабах года — это результат снижения ставки к лету 2018 года до минимума, в текущем сезоне — страх очередного



ПОКУПАТЕЛИ НОВОГО ЖИЛЬЯ СМОТРЯТ В БУДУЩЕЕ НАСТОРОЖЕННО

ее роста. В рамках компании увеличение количества сделок связано с появлением кредитного специалиста в штате, внедрением технологий электронных регистраций, расширением возможностей сервиса и развитием партнерских отношений с банками. Средний объем кредита по итогам прошедших месяцев составил чуть более одного миллиона рублей».

Также в данной ситуации важно, не приведет ли рост ставок к ужесточению требований к потенциальным заемщикам. Господин Носов уверен, что это будет иметь даже большее влияние на рынок, увеличив долю отложенного спроса и сократив объемы продаж застройщиков.

«Очевидно, что с ростом стоимости ипотечных кредитов потенциальный спрос на жилье не станет меньше. Вопрос только в том, как люди смогут его реализовать. Появятся ли на рынке инструменты приобретения жилья, альтернативные ипотеке? Застройщики могли бы развивать свои программы рассрочки платежа, однако переход на эскроу-счета делает такой механизм оплаты практически невозможным», — отмечает господин Носов.

Елена Гутман, начальник управления маркетинга и продаж ЗАО «БФА-Девелопмент», полагает, что при серьезном росте ставки по ипотеке у девелоперов сократится арсенал инструментов. «Чтобы смягчить ситуацию, застройщики прибегают к маркетинговым акциям. Строительным компаниям приходится предоставлять возможность оплаты в длительную рассрочку. Предлагать скидки на определенные типы квартир, как правило, менее ликвидные, либо на объекты, которые находятся на ранней стадии строительства. Эти акции краткосрочные, носят локальный характер

и не приводят к общему снижению цен на рынке», — полагает она.

## КРИЗИСНАЯ СТАВКА

Роман Мирошников, исполнительный директор СК «Ойкумена», рассуждает: «Сложно сказать, какая ставка станет кризисной. Не так давно размер минимальной ставки составлял 12–13%. Насколько ставка будет подъемной для покупателей, зависит от всех экономических факторов. Поведение покупателей меняется во время кризиса. Многие стараются купить квартиру сейчас, пусть и в ипотеку. На сегодня по нашим объектам количество ипотечных сделок держится на уровне 45–55%. Ощутимого роста этого показателя в связи с повышением ключевой ставки мы пока не наблюдаем».

Вера Сережина, директор управления стратегического маркетинга группы RBI, вспоминает: «В 2014 году ставки сильно взлетели, и это на какой-то период практически остановило продажи по ипотечным кредитам. Но тогда речь шла о ставках 14–17%. Вот примерно такая цифра и является критичной — только тогда ипотечным инструментом большинство перестало бы пользоваться».

По ее мнению, динамика выдачи ипотечных кредитов серьезно зависит от того, какой продукт предлагает компания, на какого потребителя он ориентирован. В эконо- и комфорт-классе доля ипотечных сделок всегда будет выше, чем в бизнес-классе и элите. «Это можно проследить даже на примере нашей компании: по итогам 2017 года доля ипотечных сделок в группе RBI составляла 43%, сейчас чуть меньше — 40%», — говорит госпожа Сережина.

Сергей Степанов, директор по продажам компании «Строительный трест», рас-

сказал: «Доля ипотечных сделок в нашей компании за три квартала 2018 года выросла на 11% по сравнению с январем — сентябрем прошлого года — с 57 до 68%. При этом средний объем кредита на первичном рынке изменился незначительно. В январе — сентябре прошлого года он составлял 3,093 млн рублей, за девять месяцев 2018 года — 2,935 млн рублей».

Юрий Лакеев, коммерческий директор RDI, указывает на то, что по опыту последних трех-четырех лет, когда ставка падала, снижение на 1% увеличивает число покупателей на 10–15%. Соответственно, полагает эксперт, повышение приведет к обратному эффекту. «Утешает, что пока увеличение относительно невелико. Поэтому есть надежда, что резкого снижения спроса не произойдет. Мы ожидаем, что за счет роста ключевой ставки покупательский поток уменьшится на 3–5%. Однако есть и другие факторы, которые вызовут уменьшение продаж и рост цен на жилье уже в ближайшие полгода-год», — добавляет эксперт.

**СПРОС УПАДЕТ** Господин Лакеев считает, что рост ставок по ипотеке приведет к снижению спроса. «Ведь мало у кого из наших сограждан имеется достаточно накоплений для приобретения жилья только за счет собственных средств, без привлечения кредитных денег», — подчеркивает он.

Он, как и коллеги, полагает, что при дальнейшем росте ключевой ставки доля продаж с привлечением кредитных денег определенно снизится. Конкретные цифры зависят от множества параметров. «Возможно, что удельный вес продаж с привлечением заемных денег снизится на 15–20% от текущего уровня. Рынок это обязательно почувствует: уменьшится валовой доход девелоперов, за ним прибыль и уплачиваемые налоги. Это же ждет и агентства недвижимости, и независимых риелторов», — поясняет эксперт.

Он обращает внимание на то, что Банк России обещал повысить коэффициент риска для ипотек с первоначальным взносом 20%. Это означает, что банки либо повысят ставки по таким продуктам, либо увеличат первоначальный взнос до 30%. А значит, спрос еще упадет. При этом он полагает, что снижение спроса не сможет снизить цены на недвижимость. «За счет конкуренции застройщики сейчас работают с минимальной маржей, почти на границе себестоимости, поэтому дальше снижать цены некуда», — говорит господин Лакеев.

Госпожа Копейкина также считает, что падения цен на жилье ждать не стоит. По ее мнению, для поддержания спроса застройщики начнут активно разрабатывать совместные ипотечные программы для покупателей и вернуться к предложениям с субсидированной процентной ставкой, что увеличит бюджет компаний на реализацию проектов. «Такая дополнительная нагрузка отразится на конечной стоимости квадратного метра. Жилье станет дороже», — приводит свои расчеты эксперт.

Сергей Степанов, в отличие от коллег, полагает, что вряд ли ставка на ипотеку способна повлиять на спрос: «После повышения ключевой ставки Центральным банком проценты по ипотеке будут увеличиваться, однако текущий уровень спроса на недвижимость останется неизменным. В январе 2017 года средневзвешенная ставка была в районе 12% — это почти на 3% больше нынешней, а доля ипотеки была на уровне 55%. Сегодня этот показатель приближается к 70%». ■

# ДИЗАЙНЕР ОДНОГО ПРОЕКТА

## КАЖДЫЙ, КТО КУПИЛ КВАРТИРУ В НОВОСТРОЙКЕ, СТАЛКИВАЕТСЯ С НЕПРОСТЫМ ВЫБОРОМ: ЗАКАЗАТЬ ДИЗАЙН-ПРОЕКТ ЗА БОЛЬШИЕ ДЕНЬГИ ИЛИ СПЛАНИРОВАТЬ ВСЕ САМОМУ ВМЕСТЕ С ПРОРАБОМ.

АЛЕКСЕЙ САВКИН («Ъ-ДОМ», № 170 ОТ 19.09.2018)

Специалисты предупреждают: те, кто делает все «на глазок», рискуют потерять на своих ошибках до 30% от сметы. Можно ли заплатить за дизайн дома менее 50 тыс. рублей и получить на выходе качественную визуализацию, планировочные решения, планы монтажа, раскладку по электрике и сантехнике и многое другое?

По данным Росстата, в 2017 году в России было сдано в эксплуатацию 1,2 млн квартир общей площадью 78,6 млн кв. м. Из них 15% было возведено в Москве и Московской области. Если в столице число квартир бизнес-класса примерно равно числу квартир эконом-сегмента, то в целом по России возводится больше недорогих домов. Однако только небольшой процент новоселов, купивших доступные по цене квартиры, заказывает дизайн-проект. Большинство же предпочитает создавать интерьер на ходу, что оборачивается тратой дополнительных средств на многочисленные переделки и потерей времени. Не говоря уже об эстетической стороне вопроса, ведь почти никто из приобретающих квартиру людей не является профессионалом в этой сфере.

Дизайнеры предпочитают работать с бизнес-сегментом, поэтому счет за их услуги начинается от 100 тыс. рублей. Но есть несколько простых правил, которые помогут выбрать подрядчика для создания дизайна квартиры за разумные деньги.

Не стоит переплачивать за дорогого дизайнера «с репутацией». Если вы решитесь довериться проверенному дизайнеру, который делал квартиру какой-нибудь знаменитости, вам надо знать, что «звездный» исполнитель ведет только эксклюзивные проекты. Обычные заказы выполняют его помощники. Поэтому стоит обратить внимание на альтернативные предложения и заказать проект, например, в студии онлайн-дизайна. Такие компании возьмут за дизайн всего 20–30 тыс. рублей и сделают работу ничуть не хуже, чем в знаменитой студии.

Сервисы для создания индивидуальных дизайн-проектов по фиксированной цене появились на российском рынке около года назад. Сейчас этот сегмент переживает бурный рост, и в нем уже есть ряд крупных игроков. В чем секрет низкой цены? «Мы постарались перенести все личное общение дизайнера с клиентом в современные форматы: видеосвязь, мессенджеры, личный кабинет онлайн, что существенно экономит время дизайнера на выезды и позволяет контролировать все этапы общения. На объект первый раз выезжает наш дизайнер-замерщик, далее все общение идет через личный кабинет. На выходе клиент получает на руки полноценный дизайн-проект из более чем 30 листов технической документации, в котором есть 3D-визуализация всех помещений, планировочные решения, полная товарная ведомость по всем материалам и даже мебели с указанием стоимо-

сти и производителей», — рассказывает один из основателей сервиса Rerooms.ru Дмитрий Борисов.

Дорогой дизайнер будет использовать дорогие материалы, а затем приведет свою бригаду строителей. Требуйте, чтобы дизайнер использовал материалы, которые имеют артикул, а значит, их стоимость можно проверить. Не верьте словам «это эксклюзивная ванная из Германии, и она сделана в трех экземплярах». Если вы слышите что-то подобное, знайте: дизайнер просто получил комиссию от производителя.

Примерно так же обстоят дела со строителями. Часто дизайнеры приводят с собой бригаду, потому что «могут доверить выполнение работ только этим мастерам». «С самого начала надо обговорить с дизайнером, можно ли взять его проект и отнести в любую другую фирму», — рассказывает директор строительной компании Rewedo Юрий Гольдберг. — Если дизайнер заявляет, что может гарантировать качество, работая только с определенной бригадой, это значит, что он просто получает от них в качестве комиссии до 30–50% от стоимости заказа».

Обязательно требуйте смету на материалы и выполнение работ. Многие дизайнеры любят составлять только рамочный договор, а то и обходиться вовсе без него. Если в начале сотрудничества не подписать максимально ясный договор, предусматривающий в том числе состав-

ление сметы на строительные материалы и перечень работ, то итоговая стоимость и дизайна, и последующего ремонта может увеличиться на 30%. «Каждый дизайнер заинтересован в том, чтобы заманить клиента разумной ценой. А ближе к финалу, когда деваться уже некуда, плавно увеличивать стоимость и дизайна, и строительных материалов, и самой работы. Дело в том, что частные дизайнеры живут от заказа к заказу и никогда не знают, когда будет следующий. Поэтому они стараются выжать максимум из клиента», — рассказывает Юрий Гольдберг.

Не доверяйте и все проверяйте. Ремонт, как правило, случается два-три раза в жизни, и во время этого процесса человек попадает в ситуацию растянутого по времени стресса. И тут приходит дизайнер, который выслушивает все проблемы и обещает все сделать как надо. Конечно, заказчик начинает испытывать к нему дружеские чувства, которые заставляют верить, что художник обладает неким тайным знанием. «Все процедуры как в сфере дизайна, так и в сфере строительства давно стандартизированы. Никто из дизайнеров не обладает какими-то уникальными знаниями и навыками», — рассказывает Дмитрий Борисов, к сервису которого подключены более 300 дизайнеров. — Помните, что дизайнер не ваш друг и психолог, а нанятый подрядчик. Поэтому тщательно прописывайте его обязанности в договоре и контролируйте на всех этапах». ■



ИНТЕРЬЕРЫ ШОУРУМОВ В ЖИЛОМ КОМПЛЕКСЕ «ЛЕОНТЬЕВСКИЙ МЫС» РАЗРАБАТЫВАЛ ФИЛИПП СТАРК



# РАЗВИТИЕ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ: ЕСТЬ ВОПРОСЫ

НА ПРОТЯЖЕНИИ ПОСЛЕДНИХ ПЯТНАДЦАТИ ЛЕТ В ПЕТЕРБУРГЕ НЕУКЛОННО РОСЛА ДОЛЯ ПРОЕКТОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В РАМКАХ КОМПЛЕКСНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИИ (КОТ). ПО НЕКОТОРЫМ ОЦЕНКАМ, БОЛЕЕ ПОЛОВИНЫ СТРОЯЩЕГОСЯ ЖИЛЬЯ ВВОДИЛОСЬ ИМЕННО В ПРОЕКТАХ, РАССЧИТАННЫХ НА ОСВОЕНИЕ ДЕСЯТКОВ ГЕКТАРОВ. ОДНАКО ИЗМЕНЕНИЯ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ ПРИВЕЛИ ДЕВЕЛОПЕРОВ, РЕАЛИЗУЮЩИХ КРУПНЫЕ ПРОЕКТЫ, В ЗАМЕШАТЕЛЬСТВО: КАК КОМПЛЕКСНО РЕАЛИЗОВЫВАТЬ БОЛЬШИЕ ПРОЕКТЫ, ТЕПЕРЬ ДЛЯ МНОГИХ СТАЛО НЕПОНЯТНО. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Эксперты указывают на то, что понятия КОТ или КУРТ (комплексного и устойчивого развития территории) довольно абстрактны, ведь это не проекты, созданные в каких-то строгих рамках с применением единой концепции. Однако их объединяют масштаб и комплексное развитие земельных участков. Это может быть как редевелопмент промышленных или транспортных площадок, так и освоение новых крупных территорий на границе города и области. Каждый современный проект КОТ имеет свои отличия и преимущества по сравнению с конкурентами, поэтому можно сказать, что каждый проект идет своим путем.

**ПОТРЕБНОСТИ НА МЕСТАХ** Для покупателей недвижимости проекты КОТ остаются привлекательными при полноценно развитой инфраструктуре и возможности создания различных точек притяжения. «Почти 80% своих потребностей житель должен решать в пешеходной доступности», — уверен Роман Мирошников, исполнительный директор ЗАО «Ойкумена».

Екатерина Тейдер, руководитель направления девелопмента Bescar Asset Management, полагает, что комплексный подход к развитию города необходим, так как важна взаимная увязка застройки с транспортной, инженерной, социальной инфраструктурой. «Поэтому сейчас проекты, тем более проекты КОТ, идут в контексте разработок проектов планировки территории. Границы территорий для городских земель определены и захватывают в основном большие масштабы и увязаны с логикой общей обеспечивающей инфраструктуры. Именно для увязки с общей инфраструктурой и для синхронизации планов по развитию города — это нормальная практика для любого проекта, просто это меньше заметно в зонах сформированной застройки и явно бросается в глаза на вновь осваиваемых территориях», — говорит госпожа Тейдер.

Основной функцией в составе проектов КОТ сейчас является жилье. Доля объектов коммерческой и социальной инфраструктуры часто сокращается до минимально нормативной. С учетом складывающихся тенденций рынка и перспективных локаций проектов КОТ и КУРТ кардинально ситуация в ближайшие пять лет не изменится, полагает Игорь Кокорев, руководитель отдела стратегического консалтинга Knight Frank St. Petersburg.

«Альтернатива проектам КОТ — проекты КУРТ. Это близкий по смыслу, но более зарегулированный формат, который в теории позволяет избежать типичных для



КОМПЛЕКСНОЕ ОСВОЕНИЕ ТЕРРИТОРИИ ПРЕОБРАЖАЕТ ЗНАЧИТЕЛЬНЫЕ ПЛОЩАДИ ГОРОДА

современных КОТ проблем неравномерного развития. При этом проект КУРТ может инициироваться и городом, что может отчасти вернуть те времена, когда большинство участков под новое строительство жилья приобреталось застройщиками у города. Плюс того формата было четкое разделение обязанностей: город, продавая участки, брал на себя обязательство по созданию дорожной сети, инженерных коммуникаций, социальной инфраструктуры», — говорит господин Кокорев.

**ГРЯДУЩИЕ СЛОЖНОСТИ** Еще несколько месяцев назад проекты КОТ и КУРТ были, казалось, под угрозой. Поправки в законодательство, регулирующие привлечение средств дольщиков, говорили, что для каждого конкретного объекта жилой недвижимости требовалось создавать отдельное юридическое лицо. Это серьезно затрудняло реализацию масштабных проектов. Сегодня, как отмечает Анзор Берсиров, руководитель проектов комплексного освоения территории компании «Строительный трест», в законодательство внесены поправки и для проектов

КОТ больше не требуется отдельное юридическое лицо для каждого дома. Одна компания может строить и реализовывать объекты в рамках согласованного проекта планировки территории (ППТ).

Но правило «Одно разрешение — один застройщик» было не единственным препятствием при реализации проектов КОТ. Основная трудность, говорит господин Берсиров, заключается в системе специальных счетов и банковском контроле за денежными операциями, целевое направление которых — финансирование строительства жилых домов. В комплексных проектах возводится, обслуживается и финансируется много объектов, которые не отображены в проектной декларации. «Например, инженерные сети, источники энергоресурсов, дороги, которые не входят в границы участка дома, но учтены в ППТ, школы и детские сады. Данный вопрос остается открытым: из каких средств финансировать все эти объекты, учитывая, что проекты КОТ — это финансово долгосрочные инвестиции?» — задается вопросом эксперт. Господин Берсиров считает, что когда ответ на этот вопрос будет найден, система нормализуется и сильных изменений существующие проекты КОТ не претерпят.

Впрочем, не все эксперты так оптимистичны. Сергей Федоров, руководитель отдела складской и индустриальной недвижимости Rusland SP, не видит перспектив для КОТ в изменившемся нормативном поле. «Сегодня даже вне всяких КОТ застройщик несет значительную финансовую нагрузку, связанную с развитием социальной, инженерной, транспортной инфраструктуры того района, где он строит. В долгосрочной перспективе в постоянно меняющемся правовом и экономическом поле такая нагрузка может стать фатальной. Уже сейчас мы видим, как прежде надежные застройщики, много лет развивавшие крупные проекты, испытывают проблемы. Обанкротились «Ленспецстрой» и Normann, «Унисто Петросталь» продает активы, чтобы достроить последние заявленные дома в своих жилых кварталах. Успешной оказалась модель «Балтийской жемчужины», где был утвержден проект планировки и подготовлены (в основном за счет города) инженерные сети. Но в этом проекте большая часть вопросов инженерной, социальной и транспортной инфраструктуры была снята за счет государственной поддержки», — говорит господин Федоров.

По его мнению, для России малореальна и западная модель освоения через агентства развития территорий (АРТ).

В этой схеме государственная или частная корпорация готовит территорию: градостроительную документацию, инженерную и транспортную инфраструктуру, а затем продает участки девелоперам. «К сожалению, у нас для такой модели слишком велика процентная ставка, а значит, нет основного условия — длинных денег. Без них лэнд-девелопер не сможет успешно выйти из такого проекта, заработав на нем», — считает господин Федоров.

Единственной реальной схемой, полагает он, сегодня видится создание совместной компании землевладельца и девелопера. Застройщики будут перечислять в эту компанию соответствующие средства, а компания будет осуществлять функцию координации и строительства инженерных сетей и прочей инфраструктуры. «Сейчас похожая схема действует в Мурино, где есть координирующая УК землевладельца, которая осуществляет планирование и реализацию проекта инженерного обеспечения территории, а застройщики скидываются в «общий котел», — отмечает господин Федоров.

Айдар Галеев, руководитель департамента стратегического консалтинга компании RRG, также считает, что ужесточение порядка финансирования проектов может действительно привести к тому, что собственных средств на осуществление масштабных проектов будет застройщикам не хватать, а банки не будут готовы в достаточном объеме предоставлять кредиты. «Поэтому определенное уменьшение масштаба проектов можно ожидать только по этой причине. С другой стороны, возможностей точечных застроек с каждым годом все меньше и, так или иначе, проекты комплексного освоения территории будут осуществляться», — полагает он.

Господин Галеев говорит, что преувеличивать влияние изменений в законодательстве на судьбу комплексных проектов не стоит. «Хотя, конечно, на первых порах, пока застройщики и власти не научатся работать в новых условиях, определенные сложности будут. В частности, не до конца понятно, как будут финансироваться общие для разных проектов объекты социально-бытовой инфраструктуры, инженерные сети. Механизмы есть, но их нужно будет апробировать на практике», — объясняет он.

Эксперты уверены: альтернативы проектам КОТ нет. Только хаотичная застройка, с которой уже не готовы мириться ни власти, ни жители, ни сами девелоперы. Проекты могут по-разному называться, но суть от этого не поменяется. ■

# Вместо пенсии



Инвестиции для тех, кто думает о будущем

- Юниты с полной отделкой от 2,3 млн ₽
- Доходность до 17%
- Инвестиционные программы от 300 тыс. ₽
- Рассрочка – 0% на 12 месяцев
- Строим по ФЗ 214

Реклама.

**+7 (812) 605-72-07**

**in2it.ru**

Санкт-Петербург, Московский район, пересечение Витебский пр. | Дунайский пр.

Застройщик ООО «Новый Век». С проектной декларацией и разрешением на строительство можно ознакомиться на сайте [www.in2it.ru](http://www.in2it.ru)  
Инвест-отель IN2IT, 1 этап строительства. Санкт-Петербург, Витебский пр., 101, участок 2.



# УБРАТЬ ВСЕ ТОЧКИ НАД **i** НЕДАВНО РОССИЙСКИЕ ВЛАСТИ ВЫСТУПИЛИ С ПРЕДЛОЖЕНИЕМ ЗАПРЕТИТЬ НАЗЫВАТЬ ЖИЛЫЕ КОМПЛЕКСЫ НА ЛАТИНИЦЕ. ИНИЦИАТИВА ПОКА НЕ НАШЛА ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО ПОДКРЕПЛЕНИЯ. КОРРЕСПОНДЕНТ GUIDE РОМАН РУСАКОВ ПОПЫТАЛСЯ ПОНЯТЬ, НАСКОЛЬКО ВАЖНА ЛАТИНИЦА В НЕЙМИНГЕ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ, А ТАКЖЕ В ЦЕЛОМ ОЦЕНИТЬ РОЛЬ НАЗВАНИЙ СТРОЯЩИХСЯ ОБЪЕКТОВ В ИХ ПРОДВИЖЕНИИ.

Нейминг жилых комплексов эволюционирует вместе с рынком недвижимости. На начальном этапе многие застройщики не задумывались о стратегии продвижения своего объекта, поэтому и выбор названий был несколько хаотичным и не всегда осознанным. Зачастую наименование проекта могло никак не отражать его особенности. Кроме того, встречалось и дублирование названий. Однако, отмечает Иван Носов, директор по маркетингу и рекламе группы ЦДС, со временем практика качественного брендинга и маркетинга стала более повсеместной на рынке недвижимости и застройщики начали тщательно подходить к выбору названий. Стали появляться стратегии продвижения. Например, стратегия развития головного бренда — бренда застройщика и построение брендов его объектов по типу зонтика. В данном случае название компании застройщика может включаться в названия жилых комплексов. Есть и другие стратегии. Например, застройщик может не упоминать себя при продвижении объекта, а делать акцент на преимуществах жилого комплекса. Такое встречается при запуске проекта в новом для компании сегменте. В целом можно констатировать, что сегодня нейминг стал реальным инструментом маркетинга и бренд-технологий, считает господин Носов.

Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers International, полагает, что сегодня нейминг жилых комплексов условно делится на пять групп. Русская («Кирилл и Дарья», «Георг Ландрин»), иностранная (Grand House, Like), иностранная с модификацией (Setl, Skandi Klubb, «Greenландия»), комбинированная («LIFE Лесная», «Monodom на Малом»), калькирование или транслитерация с иностранного («Палацио») и с русского (Legenda, More). «Преимущества проектов, имеющих иностранный компонент при позиционировании, выводе их на рынок, очевидны. Они отстроены от общей массы конкурентов за счет иностранного звучания, придавая проекту западный оттенок и негласно намекая на уровень мирового качества. Они лучше запоминаются покупателями, вызывают дополнительные ассоциации и эмоции», — говорит госпожа Конвей.

«К неймингу домов девелоперы подходят по-разному. Некоторые считают, что нет необходимости капитализировать бренд жилого комплекса, и называют каждый свой проект по-разному, стремясь отразить в названии преимущества ЖК. По мнению других, важнее поддерживать одно название, которое становится брендом и приобретает собственную ценность. Они обозначают свои проекты эконом- и комфорт-класса либо именем компании, либо применяют сетевой нейминг», — говорит Михаил Ривлин, заместитель пред-



«УСАДЬБА ВОРОНЦОВЫХ» ВИЗУАЛЬНО ПОДДЕРЖИВАЕТ СВОЕ НАЗВАНИЕ

седателя правления «Охта Групп», девелопер клубного дома Art View House.

**ЛЕГКОЕ НЕДОУМЕНИЕ** К инициативе властей представители бизнеса отнеслись с недоумением. Елизавета Яковлева, руководитель отдела маркетинга и аналитики «Лаборатории метров», подсчитала, что среди более 400 жилых комплексов Санкт-Петербурга, находящихся в стадии реализации, названия 80 объектов пишутся на латинице, как правило, это транслитерация с английского языка. Недавно в обиход продаж недвижимости Петербурга стали вводиться и французские названия. Все 17 комплексов апартаментов, которые строятся в Петербурге, — полностью или частично пишутся на английском языке.

«Использование иностранного шрифта и нейминга может свидетельствовать об эксклюзивности продукта, и покупатели с охотой принимают игру — жить в жилом комплексе с европейским названием и с европейским образом жизни, который популярен среди наших соотечественников», — говорит госпожа Яковлева.

Юрий Лакеев, коммерческий директор RDI, рассуждая о жилье, наименования которого содержат латиницу, говорит: «Здесь мы имеем дело со стереотипами советского периода, когда „импортный“ или „иностранный“ ассоциировалось с качеством, солидностью, престижностью. Поэтому иностранные слова содержались и будут содержаться в названиях российских ЖК. И в пользу этого говорит то, что абсолютное большинство россиян, до 95%, достаточно легко и комфортно воспринимает названия на английском языке».

«На мой взгляд, в названиях примерно четверти жилых комплексов Петербурга использована латиница, либо комбинация русского и иностранного языка. Для кого-то это — часть бренд-стратегии, в другом случае компании просто понравилось название на иностранном языке. Использование двух языков позволяет застройщику повысить вариативность названий как по звучанию, так и по смыслу», — полагает господин Носов.

Он указывает на то, что иностранные наименования всегда были популярны на российском рынке. В данном случае речь идет не только о рынке недвижимости, но и

о других отраслях российской экономики. «Яркий пример — производители обуви. Даже если их продукция изготавливается в Подмоскowie или на Северо-Западе, компании предпочитают иностранные названия, например итальянские. Это один из способов придать бренду дополнительную ценность путем создания ассоциации с ведущими мировыми производителями в данном сегменте», — говорит господин Носов.

Для него не очень понятно, какой цели служит данная инициатива и как она должна помочь покупателю недвижимости. «В моем понимании, использование иностранных названий — это просто технология продвижения объекта. Не очень понятно, зачем законодатели вторгаются в эту область. Если задача состоит в отказе от иностранных слов из патриотических соображений, тогда логично запретить их всему российскому рынку, а не только строительной отрасли. В противном случае, можно предположить, что программное обеспечение, используемое для хранения информации о застройщиках и их объектах, умеет обрабатывать только кириллические знаки», — шутит эксперт.

Евгения Клавкина, директор компании «Мобильный регистратор», с коллегой солидарна: «Иностранные названия достаточно часто встречаются в российских проектах, и с каждым годом их доля растет. Однако любое иностранное название можно передать и русскими словами. Например, такие слова, как „сити“, „ню“, „хауз“. Думаю, что даже если и будет такой запрет, он лишь ограничит фантазию на новое название строительного объекта. А уже названные объекты на латинице, если понадобится, будут также прописываться на русском языке».

«К запрету на использование латиницы отношусь с недоумением, ведь в законе о рекламе есть требование дублирования названий на русский. Решение об использовании латиницы должно оставаться за застройщиком, мир открыт, к чему искусственные ограничения?»— рассуждает Елена Коваленко, начальник отдела маркетинга и рекламы ЗАО «БФА-Девелопмент».

Андрей Останин, коммерческий директор группы «Эталон», говорит, что большинство жилых комплексов «Эталона» имеет русскоязычные названия. Тем не менее, считает он, порой для продвижения уникальных статусных или инновационных объектов вполне уместно использование названия ЖК на латинице. «Многие слова, имеющие иностранное происхождение, органично вписываются в наш повседневный лексикон. В любом случае, даже если запрет нейминга на латинице вступит в силу, то едва ли это окажет влияние на продажи»,— полагает эксперт.

**ЦЕНА ВОПРОСА** Госпожа Коваленко отмечает, что сегодня стоимость брендинга жилого дома равна затратам на агентство, которое его разрабатывает. Хотя нередко название получается бесплатным, директор или рядовой сотрудник произносит вслух то, что крутится в голове при виде генплана или рендеров, а агентство дальше работает над визуальным решением. «Реальная стоимость измеряется позже ростом или снижением известности проекта»,— полагает госпожа Коваленко. По ее подсчетам, стоимость ребрендинга проекта «Огни залива» составила 250 тыс. рублей.

Екатерина Немченко, директор департамента элитной жилой недвижимости Knight Frank St. Petersburg, уверена, что грамотный нейминг для жилых комплексов — это целая наука. «На заре девелопмента все было банально просто: объекты называли либо по месту строительства, либо выбирали название по красивее. Нейминг объекта должен был привлекать внимание, быть приятным по звучанию и уникальным. Все изменилось с обострением конкуренции, наращиванием объемов у всех девелоперов, когда строительные компании задумались о формировании собственного бренда, уникального продукта и его узнаваемости, собственного позиционирования, стратегии присутствия и развития на рынке и, конечно, об оптимизации расходов на рекламу и продвижение. Сейчас мы наблюдаем результаты серьезной работы многих девелоперских компаний, которые, исходя из долгосрочных целей, выработали свою стратегию, определили платформу своего бренда, структурировали свои проекты, серьезно поработали над формированием уникальности своего продукта»,— рассуждает госпожа Немченко.

Екатерина Тейдер, руководитель направления девелопмента Bescar Asset Management, предлагает оценивать не бренд жилых комплексов, а ту лояльность, которую этот бренд формирует у покупательской аудитории. «Если бренд формирует лояльность, это приводит к увеличению продаж. Но я бы не сказала, что на текущий момент нейминг ЖК несет какую-то лояльность покупателя и последующие продажи. Большую лояльность приносят нейминг и реальная репутация застройщика»,— считает она.

Ян Фельдман, директор по маркетингу ГК «Пионер», направление «Санкт-Петербург», говорит: «Конечно, стоимость бренда существует, однако нужно понимать различия между неймингом и брендингом. Нейминг — это, по сути, просто название жилого комплекса, которое является составной частью бренда. Брендинг — более широкое понятие. Это комплекс мер, который формирует представления и ассоциации у потребителей, в данном случае у покупателей квартир. То есть бренд отражает ожидания клиентов от проекта с тем или иным названием».

**НАКРЫТЬ ЗОНТИКОМ** В случае с рынком недвижимости, полагает эксперт, получить добавленную стоимость жилой комплекс может от бренда компании-застройщика или от сети. «Так происходит с нашими проектами, в частности, с апартаментами YE'S. Все проекты под этим брендом, вне зависимости от города и конкретной локации, реализуются в соответствии с жесткими корпоративными стандартами, которые были разработаны на основе опыта мировых гостиничных операторов. Еще одно подтверждение тому, что бренд сформирован,— реализация проектов по франшизе. Первый объект сети YE'S по такой схеме уже успешно реализуется в Астане»,— рассказывает эксперт.

Второй пример из практики ГК «Пионер» — линейка жилых комплексов LIFE, которые строятся в Москве и Петербурге. «Под этой торговой маркой продаются не отдельные жилые объекты, а совокупность стандартов качества, разработанных на основе анализа приоритетных потребностей покупателей недвижимости комфорт-класса. Название LIFE — аббревиатура от ключевых принципов реализации проектов: Location, Innovation, Family, Ecology. Каждый из этих пунктов выражается в функциональном наполнении комплекса»,— рассказывает эксперт.

«Сетевой или зонтичный нейминг — это разновидность группы проектов, объединенных одним названием, которые раскрываются далее в подзаголовках. Трансляция общей идеи сразу на несколько проектов позволяет девелоперу уже на этапе названия дать покупателю представление об уровне и начинке проекта, так как все объекты компании объединяются общей идеологией, концепцией и философией проживания не только бренда, но и самого продукта. Отчасти это сокращение расходов как на нейминг, так и на брендинг»,— говорит госпожа Конвей.

«Сетевой нейминг в основном используется для того, чтобы охарактеризовать объект и с точки зрения продвижения получить некое дополнительное внимание. На виду в этом контексте Legenda, и в этом случае все же в большей степени вопрос лояльности к конкретному продукту, но продвигать и продавать продукт с именем который пользовался популярно-

стью в прошлом легче, так как существует определенный информационный фон и „теплая“ с точки зрения маркетинга аудитория»,— добавляет госпожа Тейдер.

Елена Корнеева, директор департамента маркетинга Est-a-Tet, впрочем, полагает, что с зонтичным брендом не все так просто. «Здесь, как и у любой медали, есть две стороны. С одной — зонтичный бренд увеличивает узнаваемость и снижает затраты на продвижение новых проектов, выходящих под общим неймингом, с другой — ценность бренда каждого проекта размывается, люди перестают идентифицировать отдельные комплексы в ассортиментной линейке застройщика, а при возникновении негатива в одном ЖК он транслируется на остальные проекты»,— указывает она.

«Если же говорить исключительно о нейминге, то можно отметить, что сейчас многие компании увлеклись абстрактными названиями. Наша практика показывает, что эффективнее, если в наименовании комплекса отражено или расположение (YE'S Technopark у станции Технопарк, YE'S на Социалистической, „LIFE Лесная“ у станции метро „Лесная“) или уникальное преимущество — как, например, в нашем комплексе „Первая линия. Apartments“, в названии которого обыгрывается расположение на первой линии Финского залива»,— рассказал господин Фельдман.

**ПЕРЕОЦЕНИТЬ СЛОЖНО** Юрий Лакеев рассуждает: «Значение названия жилого комплекса переоценить сложно. Именно с ним каждый потенциальный покупатель сталкивается в первую очередь. И уже на этом этапе нейминг может сыграть на руку девелоперу, а может и против него. Простое, интуитивно понятное название легко запоминается, а нелепое и претенциозное может вызывать недоумение и нежелание с ним разбираться. Хорошо придуманное название экономит деньги на рекламу и продвижение в интернете, а неудачное требует более крупных вложений и даже может ощутимо снизить процент посетителей, которые в итоге станут покупателями».

Как полагает эксперт, название ЖК должно отражать посыл застройщика и ценности, которые он несет своим покупателям через ЖК. «На мой взгляд, к неудачным названиям, которые сегодня есть на рынке, можно отнести ЖК „Императорские Мытищи“. Сами слова в названии ЖК не сочетаются между собой, сложно соотнести патетику слова „императорский“ с наименованием провинциальных Мытищ. Да и сам комплекс относится к эконом-классу с аналогичной архитектурой — дома-коробки без изысков, что никак его не подтягивает к VIP-сегменту»,— приводит пример господин Лакеев.

Если же все-таки запрет на латиницу действительно будет утвержден, большого урона рынку это не нанесет, полагает госпожа Тейдер. «Русский язык слишком гибок и вариативен, чтобы реальные проблемы с поиском названия могли возникнуть у девелоперов. Поиск культурной самодостаточности при открытом и интернациональном рынке — нормальная практика. Мы можем заметить, как в любой стране мира азиатские или скандинавские компании пишут названия своих брендов, используя свой алфавит»,— говорит она.

Олег Ступеньков, руководитель консалтинговой компании «ТОП Идея», с кол-

легой солидарен: «Правильный нейминг прибавляет к цене, позволяет продавать дороже, а неудачный потребует от застройщика больше затрат на маркетинг. Что касается запрета написания названий жилых комплексов на латинице, то это может в первую очередь отразиться на сегменте элит- и бизнес-класса, в том числе на загородном рынке, где девелоперы чаще апеллируют к латинскому написанию, чтобы вызвать ассоциации с зарубежной архитектурой и подчеркнуть статус проекта. Но на самом деле, каких-то существенных перемен рынок не почувствует, к тому же уже сейчас во всех рекламных материалах все латинские наименования обязаны дублироваться на русском языке, правда, сегодня это делают мелким шрифтом в виде сноски. На спросе это никак не отразится, в каком-то смысле будет даже меньше путаницы и несуразных наименований (вроде „ИзмайLOVE“).

Екатерина Немченко считает, что если архитектура бренда у девелопера не определена и такая задача не стоит, а нужно просто разработать хороший нейминг для конкретного объекта, то алгоритм следующий: определяется целевая аудитория проекта, описываются все преимущества проекта, вырабатывается маркетинговая стратегия и формируется платформа бренда проекта. «Исходя из платформы бренда и определяется нейминг. В основу нейминга объекта недвижимости обычно ложится его главное конкурентное преимущество для целевой аудитории»,— рассуждает эксперт. Если самой сильной стороной проекта является местоположение, то даже очень красивое название может не обладать сравнимой привлекательностью, полагает госпожа Немченко. Большинство американских и европейских девелоперских проектов знают исключительно по их адресам, подчеркивающих их статус и роскошь. Если адрес объекта не является его главным преимуществом, то нужно идти по описанному выше алгоритму. Использование названий ЖК на латинице распространено как в элитном сегменте, так и в проектах масс-маркета. «Постановления и законы должны улучшать регулирование работы отрасли, а не ставить несуразные ограничения. В случае принятия постановления, запрещающего использование латинских букв при заполнении проектной декларации, выходов для решения вопроса много. Возможно, эта мера подтолкнет к новому витку в креативных разработках нейминга и при формировании брендов проектов»,— размышляет она.

«Отказ от использования латиницы в нейминге, безусловно, станет потерей для тех участников рынка, которые используют эти приемы,— сначала имиджевой, а следом — материальной, так как неминуемо повлечет за собой полный ребрендинг проекта или целой серии ЖК, что, в свою очередь, отразится на узнаваемости и продажах. Если затраты на нейминг одного ЖК могут составлять от 100 до 400 тыс. рублей, то затраты на ребрендинг серии проектов а также самой компании будут исчисляться уже сотнями миллионов рублей»,— подсчитала госпожа Конвей.

Впрочем, господин Лакеев уверен, что переименований не будет, так как закон обратной силы не имеет. «Это значит, что объекты, названные до вступления в силу новых норм, останутся с „родными“ названиями»,— успокаивает он. ■



# ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

## В РОССИИ ПОСЛЕДНИЕ ПЯТЬ ЛЕТ РАЗРАБАТЫВАЮТСЯ И ПРИНИМАЮТСЯ НОВЫЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ НОРМЫ В ОБЛАСТИ ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ.

МАРИЯ КУТУЗОВА («Ъ-ЭКОЛОГИЯ», № 40 ОТ 28.09.2018)

Необходимо устранить многочисленные противоречия между нормами, регулирующими отдельные сферы, и создать целостную законодательную базу. Ее формирование близко к завершению, однако с применением новых законов возникают сложности. Принятые акты плохо согласуются с реалиями, не обеспечены поддержкой исполнительной власти, в том числе финансовой, и зачастую саботируются на уровне регионов.

Российские регионы не готовы к «мусорной реформе». К такому выводу пришел Комитет по экологии и охране окружающей среды Государственной думы РФ, наблюдая за подготовкой к запуску раздельного сбора мусора. Нормы, регламентирующие обращение с твердыми коммунальными отходами, были обновлены в конце 2017 года. Госдума приняла пакет законов, которые вывели Россию, по словам председателя комитета ГД Владимира Бурматова, в число лидеров регулирования этой сферы. В частности, в России законодательно оформлен раздельный сбор мусора, введена норма обязательного согласования с населением территориальных схем размещения отходов, усилена роль регионов и муниципалитетов в этой сфере, уточнен порядок расходования средств экологического сбора.

**ВЕРХИ НЕ МОГУТ, А НИЗЫ НЕ ХОТЯТ** Но большинство регионов не готово к переходу на раздельный сбор мусора. Более того, согласно информации, предоставленной комитету субъектами РФ, «плата за мусор» вырастет в разы. Например, средняя семья из трех человек, проживающая в квартире площадью 60 кв. м в Красноярском крае, будет с начала следующего года ежемесячно платить за вывоз мусора больше 13 тыс. рублей (сейчас — примерно 231 рубль). В ЯНАО траты такой же семьи на вывоз мусора превысят 2 тыс. рублей (сейчас 63 рубля). Согласно принятым законодательным нормам, власти впредь обязаны отчитываться и согласовывать с гражданами размещение пунктов сбора, утилизации и хранения отходов. Но это требование тоже не выполняется: ни один регион, по словам господина Бурматова, этого не делает. «С людьми никто не хочет разговаривать», — отмечает депутат. Тогда как на разработку новых схем размещения и утилизации мусора, так и не прошедших публичные слушания, из бюджета было направлено около 0,5 млрд рублей.

Изменение законодательства в сфере оборота мусора является частью экологической реформы, начатой в 2014 году. Она предполагает формирование новой системы охраны окружающей среды в России и гармонизацию норм в промышленной и социальной сферах. Новые принципы регулирования воздействия предприятий на окружающую

среду будут основаны на совокупности наилучших доступных технологий. Реформа проводится в несколько этапов — начиная с устранения нелепостей в законодательстве и совершенствования системы регулирования и заканчивая принятием Экологического кодекса. Многие меры, которые уже приняты или только готовятся, вызывают острые споры.

Так, в ближайших планах Госдумы рассмотрение законопроекта о разливах нефти, которых, по данным комитета, в России ежегодно происходит до 10 тыс. Они наносят значительный ущерб окружающей среде. Сейчас в стране законодательно отрегулированы наиболее технологически сложные морские нефтегазодобывающие проекты, и нефтяники соблюдают самые строгие нормы (так называемый нулевой сброс), но в традиционных регионах российской нефтегазодобычи, на суше, продолжают происходить многочисленные разливы нефти. По словам господина Бурматова, законодательный пробел будет ликвидирован: закон обяжет нефтяные компании резервировать финансовые средства на ликвидации разливов. Кроме того, нефтяники должны будут на постоянной основе проводить учения по ликвидации последствий потенциальных аварий.

**КАК НА ЛАДОНИ** Экологическая реформа затронет и еще одну острую проблему — соблюдение чистоты воздуха. Госдума приняла поправки, обязывающие предприятия устанавливать автоматические приборы контроля выбросов. Текущей осенью предполагается рассмотреть законопроект о так называемых сводных расчетах, позволяющий наблюдать за выбросами не только на территории предприятий, но и в жилом секторе, что позволит организовать в России оптимальную систему мониторинга качества атмосферного воздуха и снизить уровень загрязнения в мегаполисах.

Росприроднадзор создаст информационный портал, куда в автоматическом режиме со всех приборов учета будут поступать данные о химическом составе выбросов в атмосферу и в воду. Доступными станут данные о концентрации и химическом составе выбросов. «Не удастся больше предприятиям переводить стрелки друг на друга, потому что будет понятно, какая именно труба дала загрязнение. Эти счетчики автоматические, вмешательство человека в их работу будет полностью исключено. Счетчики предназначены для моментальной фиксации и передачи в Росприроднадзор всей информации. Мы идем по пути открытости и создания прозрачной системы экологических данных в нашей стране», — заявил глава комитета Госдумы на пресс-конференции в МИА «Россия сегодня».

Рассмотрение законопроекта «Об экологической информации», по словам Владимира Бурматова, станет критически важным. «В нашей стране отсутствует четко очерченный круг информации, к которой все граждане России, в том числе эксперты, экологи, а также общественные организации должны иметь беспрепятственный доступ. Сейчас любой хозяйствующий субъект, прикрываясь коммерческой тайной, фактически блокирует доступ и к экологической информации. В результате невозможно понять ни реальные объемы выбросов, ни ситуацию с состоянием окружающей среды. Мы считаем, что все граждане имеют право получать информацию о качестве воздуха, состоянии почвы, радиационном фоне», — отметил господин Бурматов.

**ДЫХАНИЕ ГОРОДОВ** По данным The Climate Action Network, Россия входит в семерку крупнейших эмитентов парниковых газов в мире. Больше 70% выбросов приходится на города. Численность населения в городских агломерациях непрерывно растет. Согласно прогнозам, к 2050 году в городах будет проживать около 6 млрд человек, или примерно две трети населения планеты. Но Россия уже вплотную приблизилась к такому соотношению: в городах проживает 70% населения страны. В начале сентября на Втором климатическом форуме эксперт The Climate Action Network Татьяна Шауро заметила: «Еще недавно в России над нами смеялись, когда мы говорили об экологических целях перехода городов на 100% возобновляемой энергетики», а сейчас московские власти рассматривают эту возможность как долгосрочную перспективу.

Москва пока единственный российский город, вошедший в экологическую группу C40, объединившую мегаполисы мира, выступающие за ответственный подход к защите окружающей среды. С 2011 года российская столица участвует в международном проекте по раскрытию выбросов парниковых газов и созданию унифицированной системы контроля вредных выбросов. По словам Зои Зотовой, председателя комиссии Мосгордумы по экологической политике, столичные власти поддерживают Парижское соглашение по климату, пока так и не ратифицированное РФ.

Город страдает как от роста числа автомобилей, загрязняющих воздух выбросами, так и от увеличения объемов бытовых отходов. Переход на топливный стандарт «Евро-5» улучшает, но не может исправить эту ситуацию. Наибольший эффект достигнут в энергетике и производстве тепла. По данным госпожи Зотовой, за последние годы выбросы в этом сегменте сократились на 33%. Сейчас российские власти размышляют над тем, как стимулировать население покупать электромобили.

Одна из возможных мер — освобождение владельцев электрокаров от транспортного налога на шесть лет. В Москве такие машины получают льготы по парковке в центре. Недавно на дороги столицы вышел первый электробус, к 2023 году городские власти намерены полностью отказаться от закупок автобусов с двигателем внутреннего сгорания.

Наиболее экономически развитые страны принимают стратегии запрета продажи и использования транспортных средств, работающих на бензине и дизельном топливе. В России такие вопросы пока не обсуждаются. Зависимость страны от добычи нефти и газа сказывается не только на государственном бюджете, но и тормозит развитие новых технологий в сфере возобновляемой энергетики и производства электромобилей. Многие города мира стремятся полностью перейти к использованию энергии из возобновляемых источников. Эту цель одним из первых достиг американский город Аспен, который всю электроэнергию получает из возобновляемых источников. Канадский Ванкувер планирует достичь того же к 2020 году. По данным The Climate Action Network, в мире уже 101 город вырабатывает более 70% электроэнергии, используя возобновляемые источники энергии (ВИЭ). Недавно американский штат Калифорния запланировал переход на использование энергии только из возобновляемых источников к 2045 году. Гавайи намереваются сделать это к 2040 году. Среди стран — лидеров в возобновляемой энергетике — Дания: в этой стране к 2035 году планируют вырабатывать 100% электроэнергии на основе ВИЭ.

Но если внедрение в России «зеленых» технологий не является критическим, то исполнение уже принятых законодательных норм в других сферах экономики — острая необходимость. И на то, чтобы это стало реальностью, уйдет куда больше времени, чем было потрачено на подготовку и принятие экологических документов. ■

### О МУСОРЕ

В декабре 2017 года президент России Владимир Путин подписал закон, устанавливающий правила обращения с отходами и закрепляющий раздельный сбор мусора в России. По новому закону, власти регионов должны будут согласовывать с гражданами расположение сортировочных станций, мусоросжигательных заводов и полигонов. На создание мощностей по утилизации пойдут средства от экологического сбора. При этом каждый субъект определит, какое количество отходов необходимо собирать раздельно. Закон позволяет без лицензии заниматься накоплением отходов магазинам и домохозяйствам. Домохозяйства смогут продавать вторсырье напрямую. Нормы обращения с твердыми коммунальными отходами вступят в силу с 2019 года.



# RIVIÈRE NOIRE\*

НАБЕРЕЖНАЯ ЧЁРНОЙ РЕЧКИ



## ЖИВИТЕ БИЗНЕС- КЛАССОМ

### СТАРТ ПРОДАЖ



Видовые квартиры бизнес-класса  
с большими окнами



Уединенное местоположение



Поблизости – лучшие парки  
и сады Петербурга



Собственный детский сад  
на территории комплекса



г. Санкт-Петербург, набережная Черной речки, дом 3, литера А. 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. Все подробности на сайте [lsr.ru](http://lsr.ru). Квартиры сдаются без отделки и мебелировки. \*Ривьер Нуар



# ИСКУССТВО ИНВЕСТИРОВАТЬ В ИСКУССТВО, ИЛИ КАК ПОКУПАТЬ КАРТИНЫ, НЕ ТЕРЯЯ ДЕНЕГ

«ТОРГОВЛЯ ПРОИЗВЕДЕНИЯМИ ИСКУССТВА — ВСЕГО ЛИШЬ ФОРМА ОРГАНИЗОВАННОГО ГРАБЕЖА», — ГОВОРИЛ ВИНСЕНТ ВАН ГОГ. ИНТЕРЕСНО, ПОМЕНЯЛ БЫ СВОЕ МНЕНИЕ ВЕЛИКИЙ ГОЛЛАНДЕЦ, ЕСЛИ БЫ ЕГО КАРТИНЫ ОЦЕНИЛИ ЕЩЕ ПРИ ЖИЗНИ И ОНИ ПРОДАВАЛИСЬ БЫ ЗА ДЕСЯТКИ МИЛЛИОНОВ ДОЛЛАРОВ? ИНВЕСТИЦИИ В ИСКУССТВО СЕЙЧАС МОДНАЯ ТЕМА, НО РАЗОБРАТЬСЯ В НЕЙ НЕ ТАК ЛЕГКО. «ДЕНЬГИ» ПОПЫТАЛИСЬ.

ТАТЬЯНА АЛЕШКИНА («Ъ-ДЕНЬГИ», № 37 ОТ 26.09.2018)

## «ГОЛУБЫЕ ФИШКИ» ИЛИ СТАРТАП

Вложения в искусство отличаются от других инвестиций тем, что очень сложно предугадать доходность — купленная картина может как резко подешеветь, так и резко подорожать. В ноябре прошлого года картина Леонардо Да Винчи «Спаситель мира» озолотила российского олигарха Дмитрия Рыболовлева. Купив ее в 2013 году у швейцарского арт-дилера Ива Бувые за \$127,5 млн и впоследствии обвинив продавца в завышении цены, бизнесмен в итоге продал ее на аукционе Christie's в три раза дороже. «Борьба ставок за „Спасителя мира“ открылась с отметки в \$75 млн. Через несколько напряженных минут за лот сражались только два участника, делавшие ставки по телефону. В итоге работа ушла с молотка за \$450 млн», — рассказывает пресс-секретарь Christie's в России Елена Курбацкая.

Впрочем, с антиквариатом (предметами коллекционирования, которым более ста лет) головокружительные истории случаются все реже. «Сейчас цены на антиквариат падают», — сетует руководитель аукционного агентства Baltzer Григорий Бальцер, отмечая, что, возможно, это хороший момент, чтобы прикупить старых мастеров, ведь снижение цены всегда циклично.

Картина Клода Моне «Стог» стоила \$10,9 млн в 1999 году, а к 2016 году подорожала до \$72,5 млн. Если бы ее продавали сегодня, она бы оценивалась в \$62 млн, учитывая ситуацию на рынке (согласно оценкам artprice.com).

Антиквариат прошел проверку временем, которое отфильтровало, кто хороший художник, а кто — нет. Теперь у него понятный инвестиционный ресурс. «Но потенциала здесь для резкого роста цены может и не быть, как в случае с современными художниками — иные „выстреливают“ очень сильно», — отмечает господин Бальцер. Он приводит пример с работами немецко-американского художника Джозефа Альберса, которые 20 лет назад не стоили ничего, но в этом году прибавляют в цене каждый месяц, некоторые из них подорожали до \$2 млн.

Максимальные цены на картины другого современника Марка Ротко, согласно данным artprice.com, в 2000 году составляли \$13 млн, в 2012 году они достигли рекордного значения в \$77,5 млн, к 2017 году опустились до менее чем \$30 млн.

«Общих правил по доходности инвестиций в искусство не существует. Как и на финансовом рынке, в искусстве существуют свои „голубые фишки“ — например, Пикассо. Но даже в этом случае имя

не является единственным фактором цены — у любой работы есть дата, история, провенанс, качество, уникальность», — рассказывает коллекционер, основатель арт-ярмарки Cosmocosm Маргарита Пушкина. Она уверена, что Пикассо — это почти беспроектная инвестиция. «Но „Авиньонские девицы“ — это одно дело, а тиражная керамика — совершенно другое», — предупреждает эксперт.

Если оперировать небольшими суммами, то имеет смысл рассматривать молодых современных художников, цены на картины которых не превышают €1 тыс. и есть потенциал роста до €5 тыс. Арт-критик Елизавета Савина говорит, что далее расклад примерно такой: то, что стоит около €5 тыс., может вырасти до €10 тыс., а цена картины в €30 тыс. стремится к €50 тыс. «У картин стоимостью €200–300 тыс. есть потенциал к росту до €500 тыс., а иногда и до €1 млн. Инвестиции в предметы искусства свыше €1 млн непредсказуемы, там большую роль играет спекулятивный фактор — здесь уже работают не законы искусства, а законы капитала», — добавляет госпожа Савина.

Начинающего художника можно сравнить с бизнес-проектом — это стартап, в который вкладывают деньги и раскручивают его. «Не зря говорят — „гений — это талант плюс удача“. Так вот в мире искусства удача — это правильный куратор, галерист, который помогает художнику выйти на новый уровень, сформировать спрос на его картины», — считает господин Бальцер.

Коллекционер современного искусства Пьер Броше купил в 2004 году картину российского художника Алексея Калимы «Лезгинка» за \$500. «Сейчас если бы я захотел, то мог бы продать ее за €50 тыс. Картину Тимура Новикова „Аральское море“ я купил в начале 90-х годов за €3 тыс., сейчас она стоит не менее €100 тыс.», — уверен господин Броше, добавляя, впрочем, что узнать цену работы можно только тогда, когда она выставлена на продажу, до этого существуют только примерные оценки.

## КАК КУПИТЬ

Господин Броше говорит, что, инвестируя в искусство, важно понимать сегодня, что будет востребовано завтра. Арт-директор «Винзавода» Николай Палажченко насчитывает 489 факторов, влияющих на стоимость произведений искусства, но не называет, какие именно. От чего же все-таки зависит успех? Как понять, будет ли картина дорожать?

Работы художника должны появляться на выставках, в каталогах — чем больше людей их видит, тем больше они стоят.

Успех приходит, когда крупные галереи хотят купить право работы с тем или иным художником, картины участвуют в выставках и начинаются первые продажи. Если арт-объекты находятся в музеях и частных коллекциях, то художника можно считать признанным.

Важно не только, с какими галереями художник работает. Елизавета Савина указывает на то, что с точки зрения инвестиционного потенциала художника ситуация за последние 20 лет сильно изменилась. «Теперь автор должен быть интегрирован в глобальную систему — биеннале, музеи, фестивали. Он становится инвестиционно привлекательным в случае получения признания на международной арене», — говорит госпожа Савина.

Немалую роль в процессе раскрутки художника, как и раньше, играет PR. «Если это профессиональная работа по раскрутке и продвижению художника, то она, безусловно, способствует росту узнаваемости и, соответственно, стоимости работ», — отмечает госпожа Пушкина. Есть факторы, отрицательно влияющие на цену. Например, большое количество предыдущих перепродаж произведения искусства.

Опрошенные «Деньгами» эксперты предупреждают, что арт-инвестиции — всегда долгосрочные. Нет никакого смысла перепродавать купленное через год или два. «Нужно ждать пять-десять лет, при этом следить за происходящим на первичном и вторичном рынках искусства — на аукционах и ярмарках», — советует госпожа Пушкина.

В вопросе инвестиций в искусство на первом месте стоит искусство, на втором — сами инвестиции. По словам господина Броше, это эмоциональная и интеллектуальная инвестиция.

«Смотрите на картину как на украшение вашего жилища и только потом как на источник дохода. Если вы хотите купить картину, которую не повесили бы у себя дома, лучше вложиться в ценные бумаги», — советует господин Бальцер. «Даже если работа не вырастет в цене, она все равно будет дарить вам радость», — добавляет госпожа Пушкина.

Чтобы инвестировать в искусство, нужно в нем разбираться. Если вы покупаете акции или облигации компании, вы следите за ее новостями и общей ситуацией на рынках. Так и в случае с картинами — необходимо постоянно смотреть на рынок — посещать выставки и ярмарки, общаться с экспертами и следить за новостями. Господин Броше советует ходить по музеям в разных странах, общаться с художника-

ми, искусствоведами, чтобы понимать язык актуального искусства. Чтобы разбираться в искусстве прошлого, необходимо ходить в музеи, а для того чтобы понимать современное искусство — в галереи и на ярмарки, считает госпожа Пушкина.

## КАК ПРОДАТЬ

Покупать картины можно напрямую у художников, в галереях или на аукционах. «Аукционы — это вторичный рынок, но зато работы уже обладают провенансом», — отмечает госпожа Пушкина.

Господин Бальцер отдает предпочтение аукционам, отмечая, что галерея работает с каким-то конкретным направлением, представляя 20–30 картин, у аукциона больше охват, сильнее развита маркетинговая составляющая; к тому же покупка на аукционе имеет спортивный характер.

В среднем комиссия с покупателя в аукционном доме составляет 25% и начинается после определенной суммы (у каждого аукционного дома она своя). А с продавца аукционный дом берет максимальные 12%, и эта комиссия тоже снижается в зависимости от значимости работы, а также от желания аукционного дома получить ее на торги.

Крупнейшие аукционные дома — это Christie's, Sotheby's и Phillips. Международный охват и отлаженная работа онлайн-платформ — вот главные их преимущества.

Выйти из инвестиции, то есть продать арт-объект, также можно разными способами. Если в приоритете оперативность и желание избежать публичной огласки, то оптимальный формат — это продажа через дилера. «Если вы решили выставить работу на аукцион, то при определенных условиях цена может вырасти, но придется ждать момента проведения конкретных торгов», — говорит госпожа Пушкина.

Елена Курбацкая из Christie's рассказывает, что желающие продать имеющиеся у них работы на аукционе сначала присылают по электронной почте ее изображение и информацию об этой работе. «Эти данные пересылаются в специальный департамент, где тщательно изучаются. Если мы беремся за продажу работы, то связываемся с клиентом для принятия решения о подходящих условиях. Оценочная стоимость каждой из работ определяется в индивидуальном порядке, исходя из анализа продаж аналогичных работ», — добавляет госпожа Курбацкая.

Эксперты арт-рынка советуют инвесторам в искусство не чувствовать себя инвесторами, напоминая о том, что картина — это не просто вещь, это некоторый образ времени, его отражение. ■





ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

НАД ИНТЕРЬЕРАМИ ДВОРЦА РАБОТАЛИ ИТАЛЬЯНСКИЕ МАСТЕРА

Домашний театр всегда был центром великосветской жизни Петербурга. Музыкальные салоны и театральные постановки Юсуповых собирали цвет общества, здесь бывали представители русской императорской семьи. На театральной сцене

не во дворце Юсуповых блистали Полина Виардо, Федор Шаляпин и Анна Павлова, а позднее — солисты Мариинского и Михайловского театров. Здесь звучали оркестры под управлением Михаила Глинки и Юрия Темирканова... Выставка знакомит

## В ГОСТИ К ЮСУПОВЫМ

25 ОКТЯБРЯ В РИМСКОМ ЗАЛЕ ЮСУПОВСКОГО ДВОРЦА НА МОЙКЕ ОТКРЫВАЕТСЯ ВЫСТАВОЧНЫЙ ПРОЕКТ «В ГОСТЯХ У ЮСУПОВЫХ». ОН ПОСВЯЩЕН ТЕМЕ ТЕАТРА В СУДЬБАХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ИЗВЕСТНОГО ДВОРЯНСКОГО РОДА.

с историей домашнего театра и рассказывает о судьбах его хозяев и выдающихся артистов.

В экспозиции — предметы из частных коллекций, фондов Русского музея, музея-заповедника «Петергоф», Музея театрального и музыкального искусства, Военно-исторического музея, усадьбы князей в Архангельском и запасников Юсуповского дворца. Выставка состоит из четырех разделов. Первый посвящен Николаю Борисовичу Юсупову-старшему, второй — Николаю Борисовичу Юсупову-

младшему, третий — Феликсу Феликсовичу и Николаю Феликсовичу Юсуповым, четвертый — великой балерине Анне Павловой, ее дебют состоялся на сцене домашнего театра.

Проект «В гостях у Юсуповых» реализован при поддержке правительства Петербурга, генеральный партнер — банк «Санкт-Петербург». В качестве организаторов выступают Юсуповский дворец на Мойке и благотворительный фонд «Ренессанс».

Выставка продлится до 20 декабря. ■

## ИНСТАЛЛЯЦИЯ «ТЕАТР КУПЕРА» 15 НОЯБРЯ В АНФИЛАДЕ ПАРАДНЫХ ЗАЛОВ ВТОРОГО ЭТАЖА ЮСУПОВСКОГО ДВОРЦА НА МОЙКЕ НАЧНЕТ РАБОТУ ВЫСТАВОЧНЫЙ ПРОЕКТ «ТЕАТР КУПЕРА». ВЫСТАВКА ПРИУРОЧЕНА К ОТКРЫТИЮ VII МЕЖДУНАРОДНОГО КУЛЬТУРНОГО ФОРУМА И ПРОХОДИТ ПОД ЕГО ЭГИДОЙ.

В зале «Прециоза» будут представлены живопись, графика, эскизы декораций, костюмы к спектаклям, созданные художником в разные годы. «Театр Купера» — художественная инсталляция, пространственное решение принадлежит известному петербургскому архитектору Ингмару Витвицкому (основатель Ingmar Architects). Юрий Купер не только художник, но еще и писатель, мыслитель. Его книга «Сфумато» («роман большой жизни» — как его охарактеризовало одно из издательств) дала толчок к формированию концепции выставки «Театр Купера». Откры-



ЮРИЙ КУПЕР

тие масштабной персональной выставки в рамках Культурного форума значимо еще и потому, что художника можно считать человеком мира. Юрий Купер родился в 1940 году в Москве. Окончил художественно-графический факультет Московского государственного педагогического института, в 1967 году стал членом Союза художников СССР. В 1972 году эмигрировал в Израиль, затем жил во Франции и Великобритании. В 2016 году вновь получил российское гражданство. Сегодня его работы экспонируются в крупнейших музеях и собраниях мира, включая Третьяковскую галерею и

коллекцию Библиотеки Конгресса США. В разные годы с художником работали Роберт Альтман (США), Марсель Марешаль (Франция), а также многие российские режиссеры: Олег Ефремов, Олег Табаков, Александр Алов, Владимир Наумов, Владимир Петров, Никита Михалков.

Основные партнеры выставки — компания ЕКС, «Гранд-Каньон. Территория развития» и Росконцерт. В качестве организаторов выступают Юсуповский дворец на Мойке и благотворительный фонд «Ренессанс».

Выставка продлится до 7 декабря. ■

## «СЕЛФИ» АНДРЕЯ АЛЕШИНА В КОНЮШЕННОМ ФЛИГЕЛЕ ЮСУПОВСКОГО ДВОРЦА ОТКРЫЛАСЬ ВЫСТАВКА ХУДОЖНИКА АНДРЕЯ АЛЕШИНА «СЕЛФИ» — ТАК НАЗЫВАЕТСЯ ОДНА ИЗ ЕГО ПОСЛЕДНИХ РАБОТ, СВОЕОБРАЗНЫЙ АВТОПОРТРЕТ В ПЕТЕРБУРГСКОМ АНТУРАЖЕ.

Андрей Алешин — основатель проекта Herbarium, участник многочисленных выставок в России и за рубежом, член Союза художников. Его источник вдохновения, один из основных мотивов творчества — Петербург, где художник родился, учился и работает. Город как целый мир, напол-

ненный переживаниями прошлого и настоящего, предчувствиями будущего; ностальгией и мечтой, грустью и надеждой... Вероятно, возникновение столь глубокой связи с Северной столицей — заслуга родителей Андрея — искусствоведов и реставраторов, петербуржцев не только по

рождению, но и по духу. В работах, представленных на экспозиции, город предстает как видение, как фантастический мир, подернутый дымкой, скованный морозом, запороженный снегом. Уходящий, замерзший, прекрасный. Утраченный рай.

Выставка работает до 9 ноября. ■



НА ОТКРЫТИИ ВЫСТАВКИ



# MOLTO BUONO 2.0: РЕМЕЙК

РЕСТОРАН MOLTO BUONO НА УЛИЦЕ ЖУКОВСКОГО ОБНОВИЛ СВОЮ КОНЦЕПЦИЮ: ТЕПЕРЬ АКЦЕНТ ДЕЛАЕТСЯ НА НЕБАНАЛЬНОЕ И РЕДКОЕ ВИНО, СОВРЕМЕННУЮ И ПОНЯТНУЮ КУХНЮ.

Проект получил название Molto Buono 2.0. Ремейком открывшегося в 2014 году бара занимались его создатели — сомелье и винные эксперты Снежана Ревчук, Василий Сироткин и Иван Дмитриюков. Гастрономическая составляющая выступает как дополнение к винной. Новая винная карта — не массовый продукт. В ней собраны напитки «ручной работы» от виноделов нового поколения, с трепетом относящих-

ся к сокровищу своего региона, «автохтоны» и великие вина. Среди разделов карты — «пузырьки против невзгод», «настроение Rose» и вина Старого Света.

Бренд-шефом проекта стал Павел Казьмин (Honest, Moments, Cork и Tilda Food & Bar), а шеф-поваром — Андрей Воробьев (Fabrika Bar, Tarantino Bar, Negroni Bar & Enoteca — в Нижнем Новгороде и Lysverket в Норвегии). За сладкое отвеча-



ИНТЕРЬЕР ОРИГИНАЛЕН, НО НЕ ПЕРЕГРУЖЕН

ет Ильназ Искаков («Полный балет»). Его стиль — десерты «с характером»: «Есть брутальные и буйные, классические и строгие, спокойные и нежные, есть более привычные, а есть — не для всех». ■



БАКЛАЖАН СО СЛАДКИМ МИСО И ГРЕЧЕСКИМ ЙОГУРТОМ

# KUZNYA HOUSE ПОДДЕРЖИВАЕТ ИДЕЮ ДОМА В НОВОЙ ГОЛЛАНДИИ

КАК ГОВОРИТ БРЕНД-ШЕФ РЕСТОРАНА KUZNYA HOUSE ГЛЕН БАЛЛИС, «Я ЛЮБЛЮ ПРОСТУЮ ЕДУ С ИЗЮМИНКОЙ». В НОВОМ МЕНЮ ВРОДЕ ВСЕ ПРОСТО, НО В КАЖДОМ БЛЮДЕ — ЧТО-ТО НЕОБЫЧНОЕ.

В русле нынешнего тренда, оба шефа — и Гленн Баллис, присоединившийся к команде ресторана в мае, и петербургский шеф-повар Руслан Закиров — делают акцент на местные и сезонные продукты. Запуская новое меню, бренд-шеф говорил, что для него Kuznya House как

неограниченный алмаз: «У него большой потенциал, но пока нет четкой формы. Четыре основных момента, которые я хочу привнести: дисциплина, творчество, веселье, ориентация на качественные продукты... Главная идея — найти сущность ресторана и улучшить ее».

Среди новых блюд — запеченное авокадо с крабом, бобами эдамаме, вешенками и соусом голландез; хрустящие артишоки с дзадзики и томатной сальсой; баклажан со сладким мисо и греческим

йогуртом; креветки на гриле с зеленым лобло и козьим сыром; орзо с томатами, базиликом и овечьим сыром; утиная ножка конфи с запеченным бататом и капонатой.

В пространстве ресторана тоже пытаются создать домашнюю атмосферу. Не нарушая историческую планировку, помещение разделили на три части: балльный зал с баром и сценой, кухню шефа и чайную комнату с большими диванами и книжными полками. ■

# ДРОВЯНАЯ ПЕЧЬ В «РЫБЕ»

В СЕНТЯБРЕ ИЗВЕСТНЫЙ РЕСТОРАТОР АРАМ МНАЦАКАНОВ РЕАЛИЗОВАЛ СВОЮ ДАВНЮЮ МЕЧТУ: УСТАНОВИЛ В РЕСТОРАНЕ «РЫБА» НАСТОЯЩУЮ ДРОВЯНУЮ ПЕЧЬ. ТЕПЕРЬ ЗДЕСЬ МОЖНО ПОПРОБОВАТЬ ВСЕ ВИДЫ ПИЦЦЫ.

Традиционная печь Valoriani сделана на заказ специально для ресторана и проделала путь в Петербург из Флоренции. Ее дно изготовлено из особой огнеупорной глины, которую прессуют и обжигают при температуре более 1300°C в течение примерно 16 часов.

Все рецепты итальянский бренд-шеф Антонио Фреза разработал вместе со

своим другом, шеф-поваром ресторана «Рыба» Дмитрием Назарихиным. Этим летом он учился искусству приготовления пиццы в печи во Флоренции у другого друга Антонио — шефа Romualdo Rizzuti в ресторане Le Folie di Romualdo, который знаменит своей воздушной пиццей. Следуя классической традиции, в ресторане «Рыба»

делают особое тесто. Каждый раз замешивая его исключительно из специальной итальянской муки Caputo, повара выдерживают тесто 72 часа, прежде чем испечь из него пиццу, которая, в отличие от устоявшегося на рынке шаблона, готовится диаметром не менее 25–27 см. Как говорит Антонио, тесто состоит на 80% из воды, поэтому пиц-

ца получается действительно легкой. Команда шеф-поваров тщательно подошла и к выбору продуктов для начинки: здесь свежая фермерская страчателла и буррата, белые грибы, цукини и баклажаны, сицилийские анчоусы и боттарга из кефали с Сардинии, аргентинские креветки, острая салями Nduja из Калабрии. ■



# ДЕТСТВО В «ЮНОСТИ»

## ДВУХЭТАЖНЫЙ СЕМЕЙНЫЙ РЕСТОРАН «ЮНОСТЬ» В ТОРГОВОМ ЦЕНТРЕ НА УЛИЦЕ САВУШКИНА ДЕТЬМИ ЗАНЯЛСЯ ВСЕРЬЕЗ.

Каждое воскресенье в ресторане проходят кулинарные мастер-классы, бесплатные занятия по английскому языку, уроки по робототехнике и праздники для детей. А в детской комнате есть масса всего интересного: карандаши и раскраски, книжки, качели, чудо-дом и лазалки для энергичных игр. За детьми присматривает профессиональная няня.

В «Юности» можно отпраздновать день рождения — с анимационной программой и детским столом. Есть здесь и детское меню, специально разработанное шеф-поваром для завтрака, обеда и ужина. ■

ДЕТСКАЯ КОМНАТА — СВЕТАЯ И ПРОСТОРАЯ



# НИТЧ НА ПЕТРОГРАДСКОЙ

## КОМПАНИЯ ITALY GROUP ОТКРЫЛА ВТОРОЙ МЯСНОЙ РЕСТОРАН НИТЧ НА ПРОСПЕКТЕ МЕДИКОВ. ПРОЕКТ БУДЕТ СОВМЕЩАТЬ СРАЗУ ДВА ФОРМАТА: В СОСЕДНЕМ ПОМЕЩЕНИИ С ОТДЕЛЬНЫМ ВХОДОМ ОТКРОЕТСЯ ПРЕМИАЛЬНЫЙ ФАСТФУД С ПАРАДОКСАЛЬНЫМ НАЗВАНИЕМ «ЗАБЕГАЛОВКА».

Новый Hitch отличается масштабом: двухэтажный, площадью 600 кв. м, с большим мангалом весом полторы тонны, на котором готовят мясо на открытом огне, с собственной пекарней, детской комнатой и залом для родителей с детьми на втором этаже. Интерьер выполнен в урбанистическом стиле — кожаные кресла, большой деревянный стол на первом этаже и мраморный — на втором. Здесь высокие потолки и бетонные стены с портретом кинорежиссера, короля триллеров Альфреда Хичкока.

Главное в меню — это мясо молодых бычков из Брянской области в разных вариантах: классический тартар, сочный рибай, карпаччо по авторскому рецепту бренд-шефа Ильи Бурнасова, неординарные фланк, флэт айрон, мачете, а также прочие мясные специалитеты. Это большое мраморное ребро бычка, салат с пастрами и рукколой, томленные говяжьи



щечки с запеченными овощами. Среди хитов — Hitchburger с сочной котлетой, голубцы с мраморной говядиной и рубленый бифштекс с яйцом пашот.

Особая гордость ресторана — стейки сухого вызревания, которые проходят месячную выдержку в специальном шкафу, после чего получают особенный насыщенный вкус и сочность при приготовлении.

Для винной карты бренд-сомелье София Бракалья подобрала более 70 позиций. В пивной карте ресторана — 12 сортов бельгийского и около 30 сортов бутылочного пива из разных стран. ■

АЛЬФРЕД ХИЧКОК УСТРОИЛСЯ В ГЛУБИНЕ ЗАЛА

# ОСЕНЬ В «СЕВЕРЯНИНЕ»

## НЕ ИЗМЕНЯЯ ТРАДИЦИЯМ СЕВЕРНОЙ, РУССКОЙ И ПЕТЕРБУРГСКОЙ ГАСТРОНОМИИ — А ИМЕННО ТАК ПОЗИЦИОНИРУЕТСЯ КУХНЯ РЕСТОРАНА «СЕВЕРЯНИН», — ШЕФ-ПОВАР КОНСТАНТИН ОПЕСКИН ОБНОВИЛ НЕКОТОРЫЕ ПОЗИЦИИ В МЕНЮ.

Теперь здесь подают речную форель горячего копчения с чесночно-сметанным соусом. Речная карельская форель коптится в ресторане на ольховой стружке и подается целиком с листьями микс-салата, лимоном и соусом из сметаны, чеснока, соли и зелени.

Среди новинок — фермерский цыпленок на гриле с домашней аджикой. Цыплята выращиваются на ферме «Илоранта» в Ле-

нинградской области и поступают на кухню ресторана в охлажденном виде. Здесь их маринуют, потом обжаривают на гриле и запекают, затем поливают оливковым маслом с чесноком, посыпают и перцем чили. Нежные котлеты из утки выкладываются на блюдо с картофельным пюре, подкопченным на можжевельнике. Фарш на котлеты готовят из утиной грудки, украшают блюдо моченой брусникой и салатом маше. Здесь

делают и домашние голубцы в сливочно-томатном соусе, в качестве начинки — фарш из утиной грудки, кабачков, моркови, лука, сливочного масла, зелени и специй. Подают их с соусом из томатов в собственном соку, сметаны и зелени. Преобразился и морковный торт. Коржи — с морковью, изюмом и орехами пекаем, крем — сырный на основе творожного сыра, декор — цукаты из моркови, орехи и ростки мяты. ■



КОТЛЕТЫ ИЗ УТКИ С КАРТОФЕЛЬНЫМ ПЮРЕ, ПОДКОПЧЕННЫМ НА МОЖЖЕВЕЛЬНИКЕ



# АУТЕНТИЧНЫЕ РЕЦЕПТЫ В AZIA

В ОКТЯБРЕ ШЕФ-ПОВАР РЕСТОРАНА AZIA ГРАНД-ОТЕЛЯ «ЕВРОПА» ЛАРИСА КОРДИК ПРЕДСТАВИЛА ОБНОВЛЕННОЕ МЕНЮ. ВОДОХНОВЕНИЕ ДЛЯ СОЗДАНИЯ НОВЫХ БЛЮД ЛАРИСА ЧЕРПАЛА В СВОИХ ПОЕЗДКАХ ПО УДАЛЕННЫМ ОТ ТУРИСТИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ УГОЛКАМ АЗИИ, НЕ ПОТЕРЯВШИМ СВОЕЙ АУТЕНТИЧНОСТИ.

Последний отпуск Лариса Кордик провела в Камбодже, поэтому в обновленное меню вошло несколько блюд камбоджийской кухни кхмеров. «Камбоджийская кухня хороша тем, что абсолютно не острая, превосходно подходит для европейского вкуса, так как не все наши гости готовы к обжигающе острым тайским или сычуаньским блюдам», — говорит Лариса. Например, свежий перец из камбоджийской провинции Кампот. Стручки кампотского перца нежно-зеленого цвета одинаково хорошо обжаривать на воке с морепродуктами, овощами или мясом. В новом меню этот свежий перец можно попробовать в блюде «Флан-стейк с маринованными овощами и соусом из куркумы». Кстати, Лариса родилась в азиатской стране, а в детстве жила на Кавказе. На кухне в семье всегда использовали много зелени, разнообразных специй, перец чили. Это сформировало у будущего шеф-повара пристрастие к насыщенным и ярким вкусам, которое стало благодатной почвой для большой любви к Азии.

Неожиданную комбинацию сладкого и соленого можно открыть в салате с арбузом, копченым лососем и красной икрой. «Немного напоминает соленые арбузы, которые я ела в детстве», — вспоминает Ла-



ЛАРИСА КОРДИК СО СВОЕЙ КОМАНДОЙ НА КУХНЕ РЕСТОРАНА AZIA

риса. — Если немного приправить эти продукты пальмовым сахаром, то можно добавить контраста сладкому арбузу, а икра лосося подчеркнет соленый вкус рыбы».

«На горячее я приготовила рулет из цыпленка со шпинатом и азиатскими се-

менами и травами с добавлением мягкого неострого малайзийского карри. Почему рулет? Азиатские страны в прошлом были колониями Англии и Франции, поэтому в кухне этих стран заметны европейские акценты. К примеру, рулеты или пате, ко-

торые готовят на азиатский лад. Вот и я решила в нежное филе цыпленка завернуть шпинат, приправленный имбирем, галангалом, чили, чесноком, кориандром и кунжутной пастой. Для полноты и богатства вкуса я подаю это рулет с малайзийским карри, украшаю хрустящим зеленым горошком и листьями лайма. Плюс немного цедры лайма для аромата», — рассказывает Лариса Кордик.

Любимое блюдо шефа и многих тайских женщин — салат «Сом Там» с зеленой папайей. Это нарезанные тонкой соломкой зеленая папайя, огурец, морковь, ростки сои, красный лук, заправленные соусом из сока лайма, рыбного соуса, сахара, чеснока и кориандра. Сверху посыпается жареным арахисом и зеленью и украшается чипсом из лотоса. Это салат без жирной заправки, но придающий энергию, с легким освежающим вкусом.

Амок — любимое блюдо кухни кхмеров у туристов — это кусочки рыбного или мясного филе, запеченные с пряностями и кокосовым молоком в чашечках из банановых листьев. В своей версии Лариса использует палтус, который маринует в пасте из куркумы, лемонграсса, галангала и заправляет кокосовыми сливками и яйцом. ■



РОССИЙСКИЕ ПАССАЖИРЫ ПРИВЫКЛИ К ПИТАНИЮ НА БОРТУ САМОЛЕТА

## ОСТАВЯТ БЕЗ ОБЕДА

АВИАКОМПАНИИ ОТКАЗЫВАЮТСЯ ОТ ПИТАНИЯ В ПОЛЕТЕ. ЕСЛИ ЕЩЕ ПЯТЬ ЛЕТ НАЗАД ПАССАЖИРОВ ОБЕСПЕЧИВАЛИ ГОРЯЧИМ ПИТАНИЕМ НА БОРТУ ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ РОССИЙСКИЕ ПЕРЕВОЗЧИКИ, ТО СЕЙЧАС СИТУАЦИЯ КРУТО ИЗМЕНИЛАСЬ. ОТ ЭТОЙ УСЛУГИ ОТКАЗАЛИСЬ ВСЕ КРУПНЫЕ АВИАКОМПАНИИ. ПАССАЖИРАМ СМИРИТЬСЯ С ЭТИМИ НОВОВВЕДЕНИЯМИ ВСЕ ЕЩЕ НЕПРОСТО.

АЛЕКСАНДРА МЕРЦАЛОВА («Ъ-ДЕНЬГИ», № 37 ОТ 26.09.2018)

Стараясь снизить себестоимость полетов, все большее число авиакомпаний старается минимизировать дополнительные услуги на борту — прежде всего питание. За последние два года так или иначе оптимизировали свои программы питания практически все входящие в топ-10 российские перевозчики, установив новые правила для рейсов различной продолжительности, подсчитали в OneTwoTrip. Руководитель направления «Авиа» сервиса Ozon.travel Елена Волкова объясняет, что это касается прежде всего краткосрочных и среднесрочных рейсов. «Для российских авиакомпаний действует распоряжение Росавиации, согласно которому нужно кормить пассажиров каждые четыре часа во время дневного перелета

и каждые шесть часов — во время ночного», — указывает она.

Начавшаяся тенденция, по всей видимости, будет только углубляться. Гендиректор UFS.Travel Алексей Астанин объясняет, что отказ от питания типичен для европейских авиакомпаний: перевозчики постепенно переходят на модель лоукостеров, где каждая услуга оплачивается отдельно. «Например, Brussels Airlines (группа Lufthansa), не будучи бюджетной авиакомпанией, не обеспечивает пассажиров даже бесплатной водой», — объясняет он. Но господин Астанин уверен: российские пассажиры воспринимают отказ от питания намного тяжелее европейских. «Россияне во многом ожидают бесплатное питание на борту

из-за завышенных цен в кафе и ресторанах, расположенных в аэропортах внутри страны», — рассуждает он.

Представитель Tutu.ru Наталья Анисимова соглашается, что питание на борту имеет большое значение для российских пассажиров. Упоминания про еду или ее отсутствие занимают первое место в отзывах о полетах на сайте сервиса: о том, как и чем кормили, пишут даже чаще, чем про задержку рейса. «Например, про „Победу“ и „Ютэйр“ пассажиры пишут, что если бы кормили хотя бы бутербродом, то было бы совсем прекрасно», — вспоминает госпожа Анисимова. В качестве примера она приводит авиакомпанию S7, предлагающую сэндвичи даже на корот-

ких рейсах: «Пассажиры в этом случае обычно не рассчитывают на обед и оказываются приятно удивлены».

Но Алексей Белоусов из OneTwoTrip считает, что скорее, чем вовсе отказываться от питания на борту, перевозчики будут переводить его на платную основу. Согласно результатам опроса сервиса, доплачивать за эту услугу готовы 40% путешественников. 61% из них при этом готовы на обед стоимостью не более 300 рублей, 28% — не более 500 рублей. «Если авиакомпании смогут предложить питание в этом диапазоне с удобной системой заказа, оно вполне может заинтересовать значительную часть их клиентов», — предполагает господин Белоусов. ■





# ИЗ ЖИЗНИ ОТДОХНУВШИХ

## ИД «КОММЕРСАНТЪ» В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ НАГРАДИЛ ЛИДЕРОВ РЕЙТИНГА КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ СЗФО ПО ДИНАМИКЕ РОСТА ЗА 2016–2017 ГОДЫ НА СМАРТ-БРАНЧЕ В GAGEN BAR.

Лидерами стали ПАО «Газпром нефть» и ООО «Газпромнефть — Региональные продажи», победителем названо ООО «Агроторг». Партнерами мероприятия выступили «Балтийский лизинг», Freedom Finance и Cespa Group. ■



- 1\_Заместитель генерального директора компании «Либерти Страхование» Александр Остроумов
- 2\_Руководитель филиала Freedom Finance в Санкт-Петербурге Ренат Субаев
- 3\_Председатель совета директоров Normann Виктор Сеппенен
- 4\_Директор дивизиона «Санкт-Петербург» компании «Балтийский лизинг» Андрей Бугров
- 5\_Генеральный директор компании Tikkurila в России Антон Пешков
- 6\_Исполнительный директор компании «Домплюсофис» Юлия Роженцева
- 7\_Директор филиала Siemens в СЗФО Андрей Карпилович и генеральный директор компании «Свежа» Анатолий Фришман

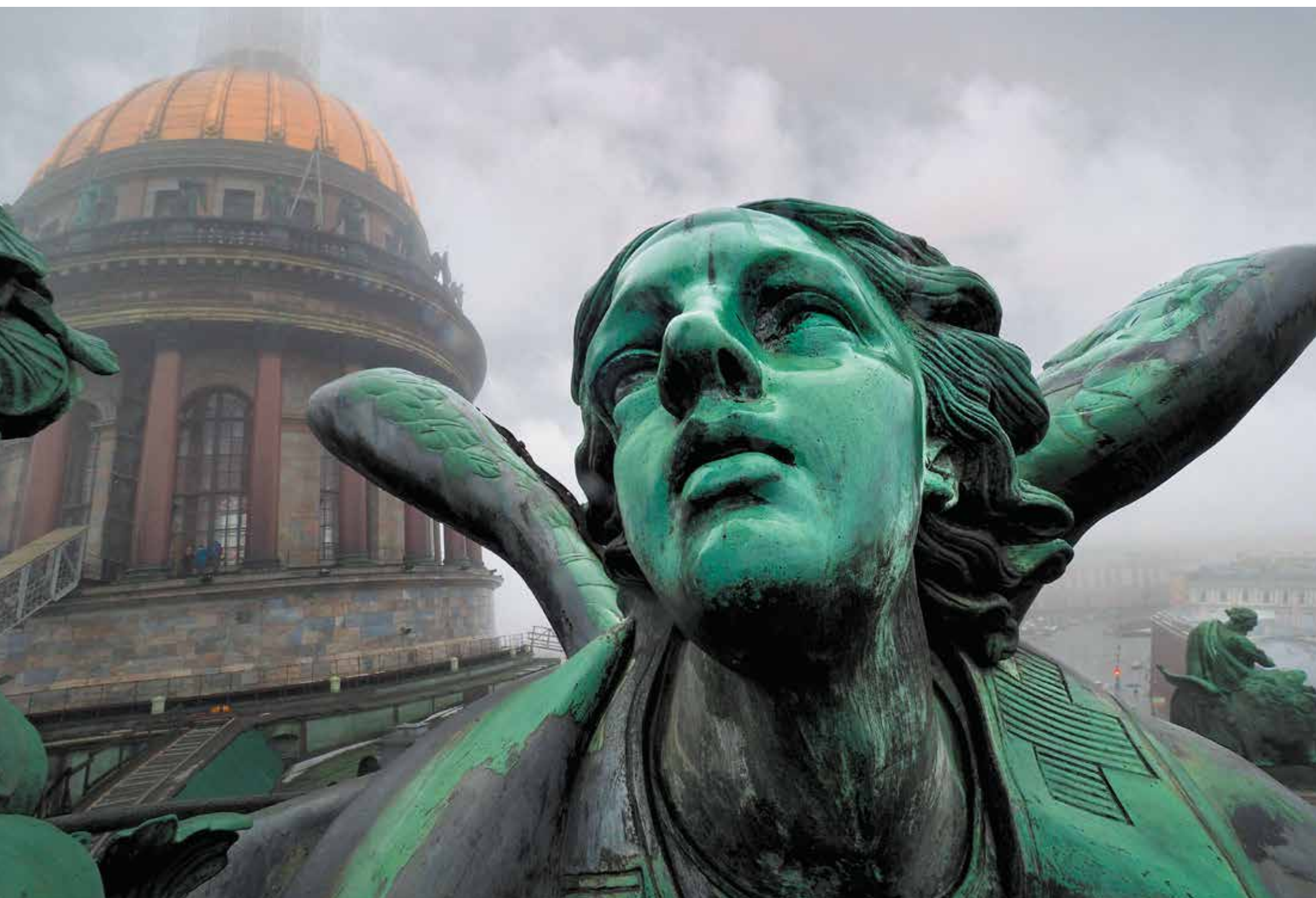
- 8\_Директор по взаимодействию с органами государственной власти компании «Агроторг» Ольга Волкова
- 9\_Директор представительства Sesegar Group Елена Громова
- 10\_Директор Северо-Западного макрорегиона Yota Кирилл Пуленков
- 11\_Генеральный директор One & Only Realty Алексей Черных
- 12\_Учредитель Cespa Group Сергей Семенов, директор дивизиона «Санкт-Петербург» компании «Балтийский лизинг» Андрей Бугров и управляющая клубами «X-Fit Морской фасад» и «Аврора» Вита Копосова

ФОТО: ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО, МИХАИЛ КУЗНЕЦОВ



# ВЕЩЬ ДЕЛ

с «Коммерсантом» **spb.kommersant.ru**



**SPB.KOMMERSANT.RU**

ПОСТОЯННОЕ ОБНОВЛЕНИЕ САЙТА

ТОЧНЫЕ ПРОГНОЗЫ И ГЛУБОКИЙ АНАЛИЗ

ОБЪЕКТИВНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ФАКТАМ,  
КОМПЕТЕНТНОСТЬ И БЕСПРИСТРАСТНОСТЬ

ОДНО ИЗ САМЫХ АВТОРИТЕТНЫХ  
И ВЛИЯТЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ  
ДЛЯ ЛЮДЕЙ, ПРИНИМАЮЩИХ РЕШЕНИЯ

