МЕСТО, КОТОРОЕ НЕЛЬЗЯ ИГНОРИРОВАТЬ

МЕСТА ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ (МОП), А ИМЕННО ХОЛЛЫ, ЛОББИ, РЕСЕПШН — «ЛИЦО» ДОМА. ОФОРМЛЕНИЕ ЭТИХ ПРОСТРАНСТВ, СОЗДАВАЯ ПЕРВОНАЧАЛЬНОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ О ПРОЕКТЕ, В ТОМ ЧИСЛЕ ВЛИЯЕТ НА РЕШЕНИЕ КЛИЕНТА О ПОКУПКЕ КВАРТИРЫ. БЕЗ ПРЕУВЕЛИЧЕНИЯ МОЖНО СКАЗАТЬ, ЧТО НИ ОДНА КОМПАНИЯ СЕЙЧАС НЕ МОЖЕТ СЕБЕ ПОЗВОЛИТЬ ИГНОРИРОВАТЬ ГРАМОТНОЕ ОБУСТРОЙСТВО ДАННЫХ ЗОН. РОМАН МАСЛЕННИКОВ



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ПОНИМАНИЕ СОБСТВЕННОГО ЖИЛЬЯ В ЭЛИТНОМ СЕГМЕНТЕ УЖЕ ВЫШЛО ЗА ПРЕДЕЛЫ КВАРТИРЫ

Современные жилые комплексы все больше напоминают дорогие отели с просторными лобби, зонами ожидания и рестораном. К местам общего пользования принято относить все площади, которые не являются квартирами: входные группы, лифт-холлы, черные ходы, лестницы и так далее

Понимание собственного жилья в элитном сегменте уже вышло за пределы квартиры. Входная группа должна быть продолжением общего стиля дома, должна производить впечатление и подчеркивать статус. За последние 10 лет в городе появились холлы и входные зоны в элитных ЖК, оформленные известными архитекторами. «Общественные зоны, созданные английским бюро или Филиппом Старком, уже скорее хороший тон, а не что-то из ряда вон выходящее. Девелоперы не жалеют на это денег, поскольку оформление входной группы влияет на продажи. Конечно, не в такой большой степени, как локация и планировка, но от нее может зависеть 20–30% успеха и первого впечатления, а это очень важно»,— говорит Татьяна Кочеткова, генеральный директор управляющей компании «Эрмитаж».

Она замечает, что если 10 лет назад холлы могли блистать стразами Сваровски, то сейчас здесь ценится вкус, сдержанность и дорогие материалы. В отделке входных зон используются дорогой камень, итальянский каррарский мрамор, элитные породы дерева. «Функции входных зон также изменились: здесь, как правило, расположена стойка ресепшн, иногда небольшой лобби-бар, комната для переговоров. Тут можно назначить не принципиально важную встречу, принять курьера, выпить утренний кофе»,— рассуждает госпожа Кочеткова.

РАСШИРЕНИЕ ТЕРРИТОРИИ Ольга Трошева, руководитель консалтингового центра «Петербургская Недвижимость», говорит, что сегодня лобби элитных зданий могут занимать площади от 150 до 500 кв. м. Оформляются они панорамными окнами, в них используются элементы роскоши: эксклюзивные люстры, камины, мебель. «Как правило, МОПы разбиты на разные функциональные зоны: в холлах размещаются зона ресепшн, службы портье, зона отдыха и ожидания. Иногда в МОПах размещается сигарный клуб, винный бар закрытого типа — для жильцов и приема гостей»,— перечисляет госпожа Трошева.

«Если 10 лет назад 60–80 кв. м для входной группы элитного дома считалось оптимальным, то сегодня ее площадь может достигать 500–700 кв. м, как например, в ЖК „Привилегия“. Для разработки дизайна МОП девелоперы активно стали привлекать иностранные архитектурные бюро, стараясь создать эффектную „визитную карточку“ проекта. В отделке холлов и лобби элитных комплексов используются натуральные и дорогостоящие материалы: дерево, металл (сталь и латунь), камень (гранит, мрамор, лабрадорит, оникс), краски и штукатурка премиальных брендов. Интерьеры дополняют эксклюзивные люстры, камины, витражи, дизайнерская мебель»,— перечисляет господин Пашков.

Игорь Креславский, председатель правления холдинга РСТИ, говорит: «Входная группа должна подтверждать высокий класс дома. К примеру, в нашем жилом комплексе Familia будет лобби-бар и зона ожидания площадью около 350 кв. м. В ее отделке мы используем материалы премиального уровня».

«Это все неотъемлемая часть качественного проекта, без которого не будет продаж. В жилье высокого класса важно все до мелочей. Начиная от МОП, заканчивая логистикой обслуживающих комплекс рабочих»,— говорит Павел Бережной, исполнительный директор ГК «С.Э.Р.».

«В нашем проекте „Русский дом“ использованы характерные особенности неорусского стиля в архитектуре. В этом стиле выдержаны и общественные пространства. Полы и стены вестибюлей облицованы натуральным мрамором, для отделки стен использована венецианская штукатурка, а также зеркала и элементы деревянного декора. В NEVAHAUS „новое прочтение кирпичного стиля“ в проекте выдержано и в МОПах. Холлы будут созданы в едином стиле „лофт“, который прекрасно поддерживает архитектурную концепцию всего жилого комплекса. В отделке повторятся кирпичные мотивы фасадов. Стилистическое единство будет сохранено и в отделке, и в подборе светильников и мебели»,— рассказывает госпожа Ленчик.

ОСОБЫЙ ПОДХОД Владельцы элитной недвижимости не только внимательно относятся к тому, как выглядят холлы и входные группы на момент покупки, но и требовательны к их уборке и эксплуатации. Отделка всегда нетиповая и требует тщательного подхода в возможном ремонте и уборке. Жителей обычно очень волнует, чтобы при эксплуатации и ремонте не нарушалось проектное и дизайнерское решение. Ведь именно оно отличает их дом и является предметом их гордости.

Николай Пашков, генеральный директор Knight Frank St Petersburg, при этом замечает, что зачастую жильцы практически не пользуются центральным входом, лобби, а ежедневно видят только подземный паркинг, лифт и лестничную площадку, поэтому для них очень важны качество отделки и дизайн всех мест общего пользования: «Элитный объект создают детали и внимание к клиенту»,— поясняет он.

Госпожа Ленчик говорит, что даже такие детальные решения, как оформление стен и табличек с номерами квартир, влияют на восприятие проекта.

Роман Строилов, директор по развитию, партнер маркетплейса недвижимости «М2Маркет», впрочем, замечает, что наполнение МОП часто зависит от локации: «Если месторасположение жилого дома эксклюзивное, то порой застройщики ограничиваются минимальным размером МОП с помещением под охрану и консьержем, и больше ничего. Даже колясочная и детская площадка могут отсутствовать. А порой элитный ЖК расположен в таком месте, где девелоперу приходится обустраивать не только шикарные и просторные МОП, но и предусматривать отдельную службу сервиса с элементами элитного отеля».

Содержать и ухаживать за такими МОП достаточно сложно. Важно держать контакт с дизайнером и производителем отделочных материалов, закупать их заранее, поскольку часто это материалы лимитированных коллекций или полностью эксклюзивные. «Иначе в рамках ремонта эти материалы можно ждать месяцами, а для жителей это просто недопустимо. Что касается ухода за МОП, часто это специальные смеси, некоторые даже специально создают профильные организации по нашим запросам и тестируют на материалах. На благоустройство и ремонт нанимаются узкопрофильные специалисты»,— говорит госпожа Кочеткова.

Она отмечает, что важно понимать, что элитное жилье, как правило, на рынке продается свободной планировки и без отделки, так как покупатели квартир такого уровня предпочитают реализовывать в них индивидуальные дизайнерские проекты. И ремонт в них может длиться и переделываться годами. Кто-то делает его сразу, кто-то — спустя несколько лет. «Поэтому здесь управляющей компании важно, с одной стороны, защитить все дорогостоящие элементы, с другой — сохранить эстетичный внешний вид. Никто из жильцов ни на одном этапе не будет терпеть недостаточной эстетики. Стоимость обслуживания МОП в элитных домах, конечно, отличается от общегородских тарифов от „в два раза дороже“ до бесконечности. Эксплуатационные расходы (не включая ресурсы) в элитных ЖК в Петербурге обычно начинаются от 50 рублей за „квадрат“ в месяц. Стоимость сильно зависит от сложности инфраструктуры»,— поясняет госпожа Кочеткова.

Анастасия Иващенко, руководитель отдела дилерских продаж холдинга AAG, говорит, что в элитных комплексах все чаще появляются входные группы площадью от 100 кв. м и более: «Сигарные, приемные, кабинеты, спа-зоны, собственные спортзалы, детские игровые, места для мытья лап животных — множество помещений, которые делают жилой комплекс более интересным и привлекательным для продажи и дальнейшей жизни».

С ней не согласна госпожа Кочеткова, отмечая, что все перечисленные элементы были популярны 10–15 лет назад. «В 2005–2010 годах в обеих столицах проекты элитных и клубных домов часто включали, например, бассейны, фитнес- и спа-зоны, зимние сады, содержание которых ложилось на плечи жильцов. Какое-то время такой подход был оправданным, но счета даже для обеспеченных клиентов оказывались космическими, а жильцы элитного дома не всегда хотели встречать в бассейне утром своих соседей и ценили приватный образ жизни. Прошло буквально 10 лет, и все изменилось: инфраструктура перетекла в коммерческие помещения элитного дома. Безусловно, арендаторы подбираются внимательно, а входные группы стали элитной карточкой жилого дома. Также к МОП можно отнести небольшие скверы, террасы, парки, фонтаны и скульптурные группы на территории комплекса»,— отмечает госпожа Кочеткова. ■