

МЕЖДУ КРАСОТОЙ
И ЭКОНОМИКОЙ / 3
КРЫША ОТЪЕЗЖАЕТ
ОТ ЦЕНТРА / 8
ОКРАИНЫ ЖДУТ
ТОЧЕК РОСТА / 10

Петербург. Новые пространства

Пятница, 15 сентября 2023
Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №24

Коммерсантъ

Guide

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА

KMVI
КОМБИНАТ • МУЗЕЙНО-
ВЫСТАВОЧНОГО ИСКУССТВА

ПАРТНЕРЫ ВЫПУСКА

ПСК

Y | A I R | D
RESIDENCE

РЕКЛАМА

Коммерсантъ В лучших местах Петербурга

РЕСТОРАНЫ

«Кремль»	Выборгская наб., 55 (БЦ Gregory's Palace)
Ресторан-гостиница	
«Штакеншнейдер»	Миллионная ул., 10
«Шляпин»	Тверская ул., 12/15
Таверна «Гролле»	Большой пр. В. О., 20
«Сказка Востока	
1001 ночь»	Лесной пр., 48
Stroganoff Steak House	Конногвардейский б-р, 4
«Метаморфоз»	Литейный пр., 5/19
Ресторан русской кухни	
Siberika	Лейтенанта Шмидта наб., 43
Cafe Claret	Марата ул., 11
Marius	Марата ул., 11
Ресторан	
Частного клуба	
«Профессор Фрейд»	Малая Морская ул., 18
SETTLERS	Наличная ул., 24/1 А
«АЛКОБУФЕТ	
ПЕЛЬМЕННАЯ»	Б. Конюшенная ул., 29
Бар-ресторан	
«География»	Рубинштейна ул., 5
Ирис	Декабристов ул., 57

КАФЕ

Kroo cafe	Суворовский пр., 27 / 9-я Советская ул., 11
------------------	--

ГОСТИНИЦЫ

Отель «Индиго»	Чайковского ул., 17
Akyan Hotel	Восстания ул., 19
M-hotel	Садовая ул., 22 (вход с переулка Крылова, 2, со двора)
«Гранд Отель Эмеральд»	Суворовский пр., 18
Majestic Boutique	
Hotel Deluxe	Садовая ул., 22/2
The Gamma Hotel	наб. Обводного кан., 130
Grani Aparthotel	Большая Зеленина ул., 24
Trezzini Palace Hotel	Университетская наб., 21
Welton Club Hotel	
& Apartments	Малая Разночинная ул., 11
Four Seasons Hotel	
Lion Palace	
St. Petersburg	Вознесенский пр., 1
Crowne Plaza	
St. Petersburg – Ligovsky	Лиговский пр., 61
Официальная	
гостиница «Эрмитаж»	Правды ул., 10
Отель Rozenshteyn	
Hotel&Spa	Розенштейна ул., 36
Author Boutique Hotel	Владимирский пр., 9
Airportcity Plaza	
St. Petersburg	Стартовая ул., 6 А
«Гранд Отель Мойка 22»	наб. реки Мойки, 22
«А1 Отель	
Санкт-Петербург»	Кирпичный пер., 3
«Cronwell Inn	
Стремянная»	Стремянная ул., 18 А

Бутик-отель	
«Северный цветок»	Марата ул., 40
Отель	
«Братья Карамазовы»	Социалистическая ул., 11 АВ
Отель «Гельвеция»	Марата ул., 11
MoLo	Вс. Вишневого ул., 2/12 К
Екатерина	Миллионная ул., 10
Отель «Мартин»	Марата ул., 12
Sokroma VoHo	Средняя Подьяческая ул., 4 А
«Лотте Отель	
Санкт-Петербург»	пер. Антоненко, 2, стр. 1
Отель «Невский Берег»	Невский пр., 122

ИНТЕРЬЕРНЫЕ МАГАЗИНЫ

Салон «Сентябрь»	Каменноостровский пр., 19
-------------------------	---------------------------

ЧАСОВЫЕ И ЮВЕЛИРНЫЕ МАГАЗИНЫ

Мультибрендовый бутик	
Srbliux	Большая Конюшенная ул., 17

БИЗНЕС-ЦЕНТРЫ

Gregory`s Palace	Выборгская наб., 55
Gustaf	Средний пр. В. О., 36/40
Деловой центр НЕВКА	Гельсингфорсская ул., 3, к. 11 Д, вход с Выборгской наб., 45-47
Magnus	9-я линия В. О., 34
«Оскар»	наб. р. Фонтанки, 13 А
Коворкинг «Пушкин»	Торжковская ул., 5

АВТОСАЛОНЫ

Автодом «Пулково»	Пулковское ш., 14 А
Gregory`s Cars	Выборгская наб., 55
Петровский на Софийской	Софийская ул., 87

АВИАКОМПАНИИ

ЦБА «Пулково-3»	
ГТК «Россия»	

РАЗНОЕ

Миграционный центр	Красного Текстильщика ул., 10/12
Поезда «Сапсан»	бизнес-класс
Аэропорт Пулково	бизнес-залы, VIP-зал



Узнайте подробную информацию
о корпоративной подписке
по телефону **8 800 600 0556**
(звонок по России бесплатный)
или электронной почте
podpiska@kommersant.ru

www.kommersant.ru



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР GUIDE
«ПЕТЕРБУРГ. НОВЫЕ ПРОСТРАНСТВА»

ЦЕНТР С ЧИСТОГО ЛИСТА

Эксперты констатируют, что за последние полгода количество загородных коттеджных поселков, предлагаемых девелоперами для инвестирования, увеличилось по сравнению с аналогичным периодом прошлого года в два раза. Рост вроде бы и внушительный, однако на деле речь идет всего лишь о паре сотен коттеджей в полутора десятках проектов.

С одной стороны, загородный рынок является перспективным, интерес к нему с началом 2020-х годов растет. Но сформировавшимся его назвать сложно: инвестору этот вид жилья непонятен. Ведь одинаковые коттеджи в схожих местах могут по цене отличаться на десятки процентов. При таких невятных вводных надеяться на приход инвесторов в этот сегмент не стоит.

Очевидно, что загородный бум еще впереди, но для его появления нужно создать предпосылки: люди станут массово переезжать в одноэтажные пригороды, лишь когда там появится нормальная транспортная и социальная инфраструктура. А с этим пока дело обстоит не очень даже и в самом Петербурге, и наглядным примером этого являются ежедневные маятниковые миграции.

Уже третий десяток лет городские власти твердят, что городу нужно несколько центров роста. На деле же, как полагают аналитики, говорить о новых точках развития не приходится, наметились лишь зачатки этих будущих центров. В этом смысле, кстати, сформировать новые центры развития за городом гораздо проще, чем в уже сложившихся кварталах: не нужно вписывать проекты в существующую застройку. С чистого листа развивать новый центр с «пятнадцатиминутной шаговой доступностью» как до работы, так и до социальной и коммерческой инфраструктуры будет и дешевле, и быстрее. Но для этого нужны стратегия и политическая воля. В противном случае в пригородах могут появиться очередные «человейники» — только теперь одноэтажные.

МЕЖДУ КРАСОТОЙ И ЭКОНОМИКОЙ

В последние годы роль внешнего вида здания в продвижении девелоперами своих проектов стала возрастать. При этом застройщики в целом признают: сегодня, как бы им ни хотелось, архитектура не является важным фактором, влияющим на принятие решения о покупке жилья. Но и не обращать внимание на экстерьер своего объекта девелоперы не могут: конкуренция заставляет балансировать между желанием выделиться и удержанием издержек на приемлемом уровне. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

За последние несколько лет архитектура новых городских объектов получила существенное развитие. При строительстве жилых зданий стали активно использовать фасадный кирпич различных оттенков, архитектурный бетон и натуральный камень, металл и фасадные панели. При этом одновременно девелоперы переходят к более строгой архитектуре: становится меньше криволинейных фасадов, балконов, эркеров.

Из интересных особенностей последних лет, связанных с градостроительным регулированием вовлекаемых в девелопмент территорий, можно отметить рост малоэтажных домов. Принципы формирования архитектурного облика таких домов и жилых кварталов отличаются от более привычных многоэтажек.

Игорь Кокорев, операционный директор департамента стратегического консалтинга Nikoliers, отмечает: «В большинстве сегментов рынка архитектура имеет важное, но не решающее влияние на цену или темп продаж, уступая по значимости локации, ценовой политике, квартирографии. Больше значение архитектура имеет в верхнем ценовом сегменте рынка, где более высокое качество продукта подкрепляется продуманной качественной архитектурой фасадов, интерьеров мест общего пользования и благоустройством придомовых территорий». По его мнению, среди компаний, которые активнее других работают над качеством архитектуры своих объектов, можно отметить RBI, GioraX, Legenda, AAG, Element Development. «В числе наиболее ярких ЖК — Golden City, вносящий значительный вклад в новый „Морской фасад“ на Васильевском острове. Из малоэтажных ЖК можно выделить Veren Village», — говорит господин Кокорев.

При этом, считает он, новые ЖК не только формируют облик новых районов, но и кардинально меняют старые — так, например, за несколько лет усилиями нескольких девелоперов существенно преобразятся окрестности станции метро «Черная речка».

ПРЕМИАЛЬНОЕ ДЕЛО Андрей Соловьев, партнер, региональный директор департамента городской недвижимости NF Group, полагает, что важность архитектуры как фактора, оказывающего влияние на покупательский выбор, сильно зависит от класса жилья. «В случае элитных комплексов архитектурная составляющая выступает важным критерием при выборе жилого комплекса. Поэтому к разработке концепций жилых комплексов элит- и зачастую бизнес-классов девелоперы чаще всего привлекают именитые архитектурные бюро», — указывает он. В случае новостроек массового спроса архитектура не относится к основным критериям выбора — здесь лидирующее положение по-прежнему занимают локация и стоимость квартиры, считает эксперт. Однако при этом интересная и продуманная архитектура проекта может сыграть немаловажную роль в маркетинговой кампании ЖК, а также решающую роль при окончательном выборе жилого комплекса среди прочих.



В БОЛЬШИНСТВЕ СЕГМЕНТОВ РЫНКА АРХИТЕКТУРА ИМЕЕТ ВАЖНОЕ, НО НЕ РЕШАЮЩЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЦЕНУ ИЛИ ТЕМП ПРОДАЖ, УСТУПАЯ ПО ЗНАЧИМОСТИ ЛОКАЦИИ, ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКЕ, КВАРТИРОГРАФИИ

В настоящее время в новых районах города, застраиваемых в формате комплексного освоения территории, девелоперы все больше внимания уделяют архитектурной составляющей. «Это обусловлено, с одной стороны, высокой конкуренцией на рынке жилья массового спроса, а с другой стороны — ростом настороженности покупателей и, как следствие, качественной трансформацией их требований к жилью. В качестве основного тренда последних лет можно выделить комплексный подход к проектированию жилого дома: детальной проработке не только фасадов домов, но и придомового пространства — внимание к малым архитектурным формам, общественным пространствам», — говорит господин Соловьев.

Мария Черная, генеральный директор ООО «Бонава Санкт-Петербург», добавляет: «Девелоперы всегда прежде всего отталкиваются от наблюдаемого на рынке жилья спроса, и как бы мы ни хотели, чтобы архитектура была в запросе клиента, сейчас это не так. Большинство людей сегодня ориентируется на доступность приобретаемого жилья, и лишь небольшое количество обращает внимание на архитектуру. Помним также, что архитектура во многом — дело вкуса и смелости. Когда мы говорим об объектах жилищного строительства, необходимо также отметить, что все оригинальные идеи архитекторов будут требовать своего обслуживания в дальнейшем. Это не только отражается на стоимости жилищных услуг для жителей, но и требует компетентной управляющей компании, которую непросто найти.

Рынок услуг по управлению недвижимостью еще только формируется».

При этом госпожа Черная замечает, что типовое проектирование, вопреки стереотипам, необязательно порождает безликие и однообразные фасады. «В этом можно убедиться на примере наших объектов Skandi Klubb, Groena Lund и Magnifika. Все три проекта сделаны на основе одного типового решения конструктива и планировок, при этом каждый имеет свой уникальный стиль, и вы без труда отличите их друг от друга», — делится она.

РАЗНОНАПРАВЛЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Павел Евсюков, руководитель департамента развития продукта холдинга AAG, считает, что ключевые тенденции в архитектуре новых районов сегодня разнонаправленные. «С одной стороны, некоторые застройщики стремятся к оптимизации издержек, проектируя в своих объектах исключительно штукатурные фасады, что существенно снижает себестоимость. С другой стороны, некоторые девелоперы начинают осторожно экспериментировать с пластикой фасадов. В проектах эконом-класса все чаще можно видеть квартиры с террасами, палисадники на первых этажах, создаются внутренние общественные пространства и центры притяжения. Это особенно заметно на южном направлении, где реализуются многие привлекательные малоэтажные проекты с интересной архитектурой», — подчеркивает господин Евсюков. → 6



МУЗЕЙ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКТОР

В РОССИИ ВОЗРАСТАЕТ РОЛЬ ТЕХНИЧЕСКИХ МУЗЕЕВ И ВЫСТАВОК, СОЗДАННЫХ НА БАЗЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОСТРАНСТВ. РОСТ ИНТЕРЕСА К ИНДУСТРИАЛЬНОМУ НАСЛЕДИЮ — ЭТО ЯВЛЕНИЕ ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНОЕ, КРОМЕ ТОГО, И САМ БИЗНЕС, И ГОСКОРПОРАЦИИ ПЕРЕСМАТРИВАЮТ ЗАДАЧИ КОРПОРАТИВНЫХ МУЗЕЕВ, РАСШИРЯЯ ИХ ФУНКЦИИ. В ТАКОМ РАКУРСЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ, ТЕХНИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ, ТЕХНОЛОГИИ, АРТЕФАКТЫ ПРЕДСТАВЛЯЮТСЯ КАК ИСТОРИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ, ОБЪЕКТЫ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ. О НОВЫХ ВЫЗОВАХ И ПРИНЦИПАХ СОЗДАНИЯ АКТУАЛЬНЫХ КОРПОРАТИВНЫХ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ МУЗЕЕВ, А ТАКЖЕ О ПРОФЕССИОНАЛИЗМЕ И КОНКУРЕНЦИИ В ОТРАСЛИ РАССКАЗАЛА В ИНТЕРВЬЮ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «КОМБИНАТ МУЗЕЙНО-ВЫСТАВОЧНОГО ИСКУССТВА» ЕЛЕНА МИХАЙЛОВА. АЛЛА МИХЕЕНКО

GUIDE: Насколько России необходимо сохранять индустриальное наследие и какую роль здесь может играть корпоративный музей?

ЕЛЕНА МИХАЙЛОВА: Это тот случай, когда идеи просвещения служат экономическому росту. Проблема в том, что долгое время формировалось отношение к техническим процессам, к производству, к технологиям как к чему-то чуждому эмоциям, рутинному, рациональному, «менее ценному» с человеческой точки зрения. Однако все, что создано и создается человеком, имеет свое эмоциональное измерение, связано с личными историями, и одна из задач современного музея это выявлять, показывать. Ведь музей — это пространство коммуникаций, а смысловая и эмоциональная насыщенность экспозиции способствует росту интереса, пробуждает активность, эмпатию. Когда же музейной площадкой становятся исторические помещения, изначальное предназначение которых было связано с темой экспозиции, то такое решение звучит еще более емко и убедительно. В России огромные площади исторических производственных помещений, цехов и складских строений либо никак не используются, либо сдаются как торговые, офисные площадки, при этом компании и сами производства продолжают существовать и вполне могли бы наполнить данные пространства новой функцией — культурной, просветительской, коммуникационной, связав, таким образом, прошлое и настоящее. Такие примеры есть и в международной практике, и в нашей стране все чаще владельцы бизнеса вкладываются в новое функциональное использование старых производственных помещений, в создание собственного отраслевого или корпоративного музея.

Г: Как деятельность вашей компании связана с сохранением индустриального наследия?

Е. М.: Наша команда подключилась к этому процессу уже давно и, как мне кажется, задала здесь довольно высокую планку. Один из самых показательных примеров — экспозиция Музея железных дорог России, разместившаяся в историческом здании железнодорожного веерного депо конца XIX века и в большом новом корпусе. Музей представляет собой уникальную экспозицию исторического подвижного состава плюс масштабную презентационную площадку, органично и концептуально вписанную в исторический интерьер. И не случайно здесь проводятся самые топовые мероприятия, организованные ОАО РЖД: например, мероприятия в рамках Санкт-Петербургского международного экономического форума, Международного железнодорожного салона — пространства 1520 «ПРО//Движение. Экспо» и многие другие. Пространство и территория музея работают как смысловая архитектура, как очень грамотно выстроенная коммуникация, в которой участвует история. Получившаяся архитектурная кооперация прекрасно символизирует корпоративные ценности РЖД по сохранению и изучению великого прошлого, нацеленности и стремлению развивать великое будущее.



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

Г: Выставка в Пулковое — это тоже корпоративный заказ и здесь также речь идет об индустриальном наследии?

Е. М.: Да, все верно. Для выставки к 100-летию гражданской авиации в России, открытой в феврале, были использованы помещения бывшего терминала аэропорта Пулковое. Объект десять лет не использовался, но благодаря выставке его пространство и интерьер вновь «заговорили»: в историческом блоке прозрачный стеклянный купол намеренно оставлен открытым, а в техническом блоке сохранены старые багажные ленты и другие элементы оборудования зала прилета, которые тематически и эстетически вписаны в разделы экспозиции. То есть, помимо артефактов самой выставки, ее экспонатов, инсталляций, макетов и мультимедиа, непосредственно иллюстрирующих индустриальное наследие отрасли, само помещение — тоже значимый элемент экспозиции. Таких моментов много, и мы всегда стараемся сделать так, чтобы архитектура, интерьер непосредственно участвовали в экспозиционном рассказе, происходила конверсия индустриального объекта, наполнение новыми смыслами.

Г: Как за последнее время изменился спрос на создание корпоративных музеев и выставочных пространств?

Е. М.: Спрос со стороны заказчиков всегда зависел от множества факторов, среди которых один из самых

ощутимых — государственная поддержка проекта. Но в настоящий момент мы фиксируем устойчивый рост спроса от бизнес-сообщества и госкорпораций на создание и обновление своих корпоративных музеев. Крупные предприятия сегодня нацелены не только на расширение производств, но и на решение глобальной задачи по своему продвижению. Курс государства, направленный на необходимость восстановления собственных инженерных кадров, создания новых технологий и производств, актуализирует необходимость сохранения и изучения исторического опыта. В этом плане отраслевой или корпоративный музей — инструмент, который наилучшим образом отражает непрерывность исторического развития, преемственность технологий, способствует сохранению национальной памяти, идентификации.

Со стороны общества тоже наблюдается усиление интереса к отрасли. Согласно ряду маркетинговых исследований, за последние пару лет посещаемость музеев выросла на 30–35%, что связано как с увеличением внутреннего туризма, так и с ростом потребности молодого поколения к посещению креативных общественно-культурных пространств и выставок. Отмечается большой спрос и на технические музеи. В отличие от научных образовательных площадок, музеи дают опыт проживания науки и технологий через эмоции, эстетическую компоненту информации, воз-

можность посмотреть, как в ретроспективе и на практике работает тот или иной физический, механический или химический закон, как изобретения, научные разработки меняют мир и личность.

Г: Спрос и конкуренция всегда идут рядом — что вы можете сказать о конкуренции в сфере создания музеев?

Е. М.: В нашей отрасли сегодня сложилась высокая конкуренция. С одной стороны, на рынке присутствуют профессиональные команды с многолетним опытом и выработанным собственным стилем. С другой стороны, многие компании начали приходить из других отраслей, например, строительства, проектирования, дизайна, воспринимая данную сферу как «легкий кусок хлеба», что, конечно, не соответствует действительности. В экспозиционном дизайне действуют свои законы, здесь недостаточно предлагать оригинальные новаторские художественные решения, необходим концептуальный подход при работе с идеями, тщательно работать над исторической, научной и художественной достоверностью, и здесь также важно научиться выстраивать конструктивный диалог с музейным сообществом, кураторами проекта, соответствовать запросам заказчиков. Много аспектов.

Г: Что делает вашу компанию конкурентоспособной?

Е. М.: Наша команда почти двадцать лет работает с экспозиционными площадками регионального и федерального уровней, и сложившаяся практика деятельности предполагает создание сложных арт-объектов и выразительных пространств с полным погружением в историю предмета, деталей, смыслов. Мы создаем художественную среду, имеющую культурное значение. «Комбинат музейно-выставочного искусства» является преемником традиций ленинградской школы проектирования и живописно-оформительского искусства. В 1960–1970-х годах для данного направления была придумана соответствующая терминология — произведение искусства среднего дизайнера, и мы продолжаем воспринимать нашу работу как искусство. Качество этого «произведения» зависит во многом от профессионально работающей команды, в частности, от их креативности, насмотренности, таланта, умения оттолкнуться и переработать как чужой, так и собственный опыт, постоянно держать себя «в тонусе».

Г: Вы говорите о преемственности, но что именно делает ваши музеи и выставки востребованными, актуальными?

Е. М.: Преемственность и актуальность — это взаимосвязанные явления. Мне кажется, ключевым в нашей деятельности можно считать концептуальный инсталляционный подход к созданию музея с сильной архитектурой пространств, чему мы научились у наших предшественников ленинградской и петербургской школы. Проектирование «смыслов» — пространство идей, представлений, мнений, которые, соединяясь с художественными

средствами, технологиями и подлинными экспонатами, рождают новые нарративы. При таком подходе каждая мультимедийная инсталляция становится уникальной, потому что это не просто компиляция с мультимедийной техникой и видео, это всегда композиционно выверенная история, дополнение к концептуальному образу, его составная и неотъемлемая часть.

Как и во всех творческих процессах, безусловно, талант главного архитектора, проектировщика, стоящего во главе всего процесса, очень важен. Но новая экспозиционная реальность рождается силами разных специалистов, общая задача которых со стороны своей компетенции положить свой особый «кирпичик» в общий собор. Помните притчу о двух каменщиках? Один из них на вопрос о том, что он делает, отвечает, что везет тележку с кирпичами. А другой — что он строит Руанский собор. Вот когда удается наладить командную работу, когда каждый понимает значимость своих усилий в общем процессе, тогда и результат получается ошеломительный.

Г: Вашими заказчиками часто становились государственные структуры. Можете ли вы что-то сказать о влиянии музея на экономику?

Е. М.: Можно с уверенностью сказать, что те музеи, которые мы создавали в регионах, ощутили влияние на их экономическое развитие, так как благодаря музеям развивается региональный туризм. Существуют градообразующие предприятия, мы же можем смело сказать, что наши музеи — это своего рода градообразующие культурные центры, точки притяжения. Так, например, в Белгородской области на площадке музея-заповедника «Прохоровское поле» нами в разные годы созданы последовательно три музея на военно-историческую тематику. Каждый из них имеет свой характер, свою тему и оригинальную художественную концепцию. Вполне закономерно, что теперь в Прохоровку постоянно приезжают организованные группы, и таким образом не только формируется историческая память поколений, но и выполняется запрос на продвижение территории. Такая же история с экспозицией в Донском военно-историческом музее Ростовской области, которую создавала наша компания. Инвестиции в музеи для регионов — это всесторонне выгодное вложение, способное влиять на туристические потоки и улучшать экономическую ситуацию.

Кроме того, корпоративные, технические и естественно-научные музеи влияют на экономику в долгосрочной перспективе — профориентационная функция музеев направляет молодежь в инженерные профессии, стимулирует их получать высшее образование, создавая плеяду высококвалифицированных кадров, исследователей, ученых, тем самым повышая и качество жизни, и производительность. Этот отложенный эффект сработает через 10–20–30 лет, повысив уровень жизни всего государства.

Г: Корпорация — это часто закрытая история, есть ли запрос на открытость со стороны корпоративного музея?

Е. М.: Музеи сейчас часто создаются для того, чтобы привлечь как можно больше внимания к своей сфере, это пространство открытости, открытого общения компании или структуры с обществом. Здесь решается широкий спектр задач — от привлечения дополнительных инвестиций, поиска партнеров до формирования и укрепления штата отраслевых специалистов. Так, выставкой к 100-летию гражданской авиации в России наш заказчик АО «Аэропорт Пулково» привлекает внимание к отрасли. Удивительно, но на сегодняшний момент в России это единственная выставка к авиационному юбилею, которая так масштабно представляет гражданскую авиацию во всех ракурсах. Здесь есть и исторический блок с канвой эволюции летательных аппаратов, развития маршрутов, инфраструктуры, летной формы в связи с событиями общей истории страны. Самый большой и впечатляющий на выставке технический раздел. Посетитель может познакомиться с устройством самолета и вертолета. И это только начальный этап. После 2024 года планируется создание Национального музея гражданской авиации, и наша компания является автором концепции данного проекта.

Что касается Музея железных дорог России, как я уже упоминала, здесь политика открытости корпора-



ВЫСТАВКА «100 ЛЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ РОССИИ», ТЕХНИЧЕСКИЙ БЛОК



МУЗЕЙ ЖЕЛЕЗНЫХ ДОРОГ РОССИИ, ИНСТАЛЛЯЦИЯ «РЕМОНТНОЕ ДЕПО»

ции ОАО РЖД реализуется с максимальной эффективностью. Притом что Музей железных дорог России используется сегодня как эффективная многоцелевая площадка для решения корпоративных задач компании, проведения различных приемов, конференций, презентаций и мероприятий уровня ПМЭФ, он является активным участником культурной и общественной жизни города, участником таких программ, как «Ночь музеев», «Пир-Елка», площадки для проведения Гастрономической ассамблеи и многих других. Также среди наших кейсов открытых корпоративных музеев — это Музей истории денег в Анненском кавалере Петропавловской крепости (музей АО «Гознак»). Открытость — это актуальный тренд, здесь происходит объединение корпоративных и общенациональных интересов.

Г: Давайте еще поговорим о ваших подходах, а именно о подходе к мультимедийным технологиям.

Е. М.: Мы никогда не делаем ставку только на мультимедиа в отрыве от концепции и художественного решения, это всегда часть комплексной инсталляции. Мультимедийные технологии в музее не могут и не должны быть самодостаточными. В качестве примера могу привести масштабную мультимедийную инсталляцию «Лента времени» в Донском военно-историческом музее «Дон в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг.» для музея-заповедника «Самбекские высоты». Это не просто показ кадров кинохроники на большом встроенном экране — это продуманный сценарий, идейное архитектурное решение, неслучайные детали. Инсталляция подытоживает экспозицию, и это очень эффектный и выверенный аккорд, пробирающий «до мурашек». Ради этого переживания точно стоит прийти в музей.

Еще один пример: для выставки гражданской авиации в Пулково сделана модель-реконструкция одного из первых самолетов «Гаккель-3» в натуральную ве-

личину, которая висит под куполом здания так, чтобы создавать иллюзию полета. Для музея бронетанковой техники «Прохоровское поле» в Белгородской области была создана 3D-модель танка Т34 в разрезе, которая показывает его конструкторские и технические особенности, дополненные 3D-маппингом и сложной инфографикой. В ходе работ над экспозицией музея «Битва за оружие Великой Победы» в Прохоровке был воссоздан макет монументального Ил-2 со снятой обшивкой корпуса для демонстрации устройства, систем вооружения, с действующими механизмами под управлением через сенсорные мультимедийные экраны.

И таких примеров можно привести много, они все достойные. Мультимедиа — это средство, которое позволяет заложить дополнительную информацию, функцию, «украсить» экспозиционный рассказ.

Г: Сколько времени требуется на создание музейного пространства?

Е. М.: В среднем проектирование объекта составляет от полугода до года в зависимости от метража и сложности экспозиционных задач. Специалисты за это время детально прорабатывают научную, архитектурную, смысловую составляющие. На реализацию объекта обычно требуется не менее 8–10 месяцев, в среднем на нее уходит около года. Но есть и более масштабные проекты. Например, экспозиция Музея железных дорог России была реализована нами за два года в 2017–2018 годах. А с военно-историческим музеем-заповедником «Прохоровское поле» наше сотрудничество по созданию объектов одного из крупнейших в стране историко-культурных центров, целого музейного кластера осуществлялось на протяжении более 15 лет. Так, в 2010 году был открыт Музей боевой славы Третьего ратного поля России. В 2015 году музеем оборудован первый в России тан-

кодром с открытым полигоном и трибунами для зрителей. В 2017 году была создана экспозиция Музея бронетанковой техники, в которой рассказывается, как развивалась инженерная мысль — от первых осадных бронебойных машин до современных инновационных танков. В 2020 году состоялось открытие нового музейного комплекса, посвященного подвигу советского народа в тылу «Битва за оружие Великой Победы». Наша команда работала над каждым этим проектом.

Г: Сколько на счету «Комбината» музеев и выставок? И какие из них самые значимые для вас?

Е. М.: Мы спроектировали и реализовали «под ключ» 11 новых музейных комплексов (площадью от 1,2 до 57 тыс. кв. м), а также более 170 выставок и экспозиционных пространств. Кроме тех, показательных примеров, о которых я уже говорила в связи с корпоративной темой, есть замечательные проекты классических музейных объектов, например, Музей театрального и музыкального искусства в Санкт-Петербурге, Музей музыки в Шереметевском дворце, где нами ведутся работы в настоящее время, создание музея литературного героя «Дом станционного смотрителя» в здании бывшей почтовой станции деревни Выра в Ленинградской области, где в 2022 году мы делали полную реконструкцию музея. Очень атмосферным получился выставочный проект к 200-летию со дня рождения Ф. М. Достоевского «Два века Достоевского» в здании Михайловского (Инженерного) замка — филиала Русского музея, открытый в 2021 году. Кроме того, есть проекты и концепции, по разным причинам не дошедшие до реализации, но с нашей стороны здесь всегда профессиональная и убедительная работа. Среди таких объектов, существующих пока только на бумаге: грандиозный проект Музея Мирового океана в Калининграде или социокультурное пространство «Историческое депо Сердоболь — Сортавала». К этим проектам мы еще вернемся, в них много вложено.

Г: Сколько человек в вашем коллективе?

Е. М.: В нашей компании около 40 человек. Причем на протяжении всего времени существования КМВИ коллектив менялся незначительно. Мы заинтересованы, чтобы специалисты с наработанными навыками и знаниями оставались в команде. Это вопрос качества и намерения работать на долгую перспективу. Перед каждым проектом мы тщательно изучаем рынок. Например, перед тем как создать музей РЖД, наша проектная команда посетила наиболее значимые европейские технические и железнодорожные музеи: Швейцарский национальный транспортный музей в Люцерне, Национальный железнодорожный музей и Национальный автомобильный музей Франции в Мюлузе, Музей Германских железных дорог и Музей индустриальной культуры в Нюрнберге, Германский паровозный музей в Нойенмаркте.

Погруженность в железнодорожную тему позволила вобрать опыт и, переработав его, сделать объект, который вошел в когорту лучших европейских технических транспортных музеев. Музей железных дорог России стал номинантом премии The European Museum of the Year Award 2019, а отдельные объекты в составе экспозиции становились победителями и призерами в своих направлениях, как, например, мультимедийная инсталляция «Исторический разрез вагона „Полонсо“», получившая в 2021 году серебро в номинации «Cultural Heritage and Culture Industry Design» в престижном международном дизайнерском конкурсе A'Design Award & Competition, который ежегодно проводится в Италии. Во II всероссийском конкурсе «Корпоративный музей» в 2019 году Музей ОАО РЖД получил Гран-при, а также стал лауреатом значимой номинации «Общественное признание».

Г: Какими основными принципами вы руководствуетесь в вашей работе?

Е. М.: Для нас самыми важными качествами являются любовь к своей работе, профессионализм и эрудиция, мы — перфекционисты по отношению к целому и к деталям. Миссия компании — создание экспозиционных пространств и объектов, каждый из которых должен стать лучшим для своего направления и времени. ■

3 → Александр Кравцов, управляющий партнер Fizika Development, говорит, что в последние годы многие застройщики, развивающие крупные проекты и на приграничных территориях города и области, стали уделять архитектуре гораздо больше внимания. «Если в начале и середине 2010-х максимумом для новых кварталов было разнообразие цветовых решений вентилируемых фасадов, то сегодня это набор инструментов, позволяющих говорить о более детальной проработке со стороны архитектурных бюро», — отмечает он.

По словам господина Кравцова, можно заметить тренд на более органичную интеграцию домов и жилых комплексов в окружающий ландшафт или уже существующую застройку. Это может быть ограниченная этажность, панорамное остекление, каскадная структура дома. «Помещения для бизнеса на первых этажах создаются по европейскому образцу, когда большие витринные окна создают эффект променада внутри квартала, а создаваемые доминанты внутри и вечерняя подсветка добавляют жилому комплексу красок. При этом чем разностороннее и интереснее архитектурный проект, тем дороже себестоимость его создания, а значит — цена конечного продукта. И в то же самое время такие объекты могут быть гораздо привлекательнее своих конкурентов, но лишь при условии, что и планировки, и организация

жилой среды отвечают существующим требованиям», — рассуждает эксперт.

В СОВРЕМЕННОМ ФАРВАТЕРЕ Эксперты считают, что новые районы должны представлять современный и функциональный вид города, соответствующий тенденциям устойчивого развития, включая использование «зеленых» технологий, снижение воздействия на окружающую среду и создание комфортной городской среды для жителей. «При этом при проектировании жилых объектов мы должны учитывать не только архитектуру, но и конструктивные особенности строящихся домов и экономику проекта. В этом случае главными приоритетами будут грамотное техническое проектирование, а также эстетическая привлекательность, безопасность и, конечно же, доступность», — говорит директор отдела продаж ГК «Полис» Анастасия Иващенко

Наталья Коротавская, директор по маркетингу и аналитике группы «Аквилон», уверена, что создание гармоничной среды — одна из главных задач девелоперов. В таких проектах они определяют различные параметры: высотность, плотность, фасадные решения, озеленение. «Архитектору необходимо понимать и учитывать местоположение и окружение будущего жилого дома. При разработке проекта необходимо учесть все предпосыл-

ки и сопоставить их с пожеланиями заказчика, изучить исторические и географические особенности, особенно если речь идет о городской застройке. Создание проекта — это сложная работа, которая должна быть гармонично связана с окружающей средой», — полагает она.

Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости группы ЦДС, добавляет, что архитектура новых районов может включать в себя различные стили и направления, отражающие разнообразие культур и исторических наследий города, но должна быть выполнена с учетом гармоничной вписанности в существующую городскую ткань. «Важно также учесть функциональность районов, обеспечивая наличие современной инфраструктуры, общественных пространств, парков и зон отдыха, а также удобную транспортную доступность и учет запросов жителей в планировании и проектировании новых районов», — отмечает эксперт.

Ирина Богачева, руководитель группы «Новое строительство» АН «Итака», рассуждает: «Конечно, застройщики стараются реализовать проекты, которые будут выделяться из общей массы предложений и каким-то образом будут характеризовать территорию, на которой возводятся. Эксперименты с цветом, материалами, неправильными геометрическими формами — все это застройщики активно используют в архитектуре своих

проектов. Объединяет многие строящиеся сейчас объекты комплексный подход к освоению территории, который предполагает создание развитой собственной инфраструктуры, коммерческой и социальной. Такие проекты сейчас реализуются, например, в Калининском и Красносельском районах. Отдельно хотелось бы отметить ЖК «NEW Питер» в Ломоносовском районе, который отличается своей харизмой, архитектурой, авторским дизайном входных групп. Это достаточно большой комплекс с закрытыми и качественно обустроенными внутренними дворами. Использование в интерьере мест общего пользования дерева и хвойных пород в ландшафтном дизайне создает здесь очень комфортную и приятную для жизни и отдыха среду».

Александр Гуторов, вице-президент ГК «Страна Девелопмент», руководитель блока продаж и маркетинга, считает, что сегодня ключевая тенденция в новостройках — повышение качества проектов и качества жизни будущих жителей новых районов. «В результате мы наблюдаем красивые разноэтажные и разноцветные дома, развитие функциональных планировок и создание комфортной жизненной среды, включая благоустройство дворов и придомовых территорий. Тенденция к улучшению архитектуры и проектирования не только сохранится, но и будет продолжаться расти», — заключает господин Гуторов. ■

ЖИЛЬЕ ПРОСИТ КИРПИЧА

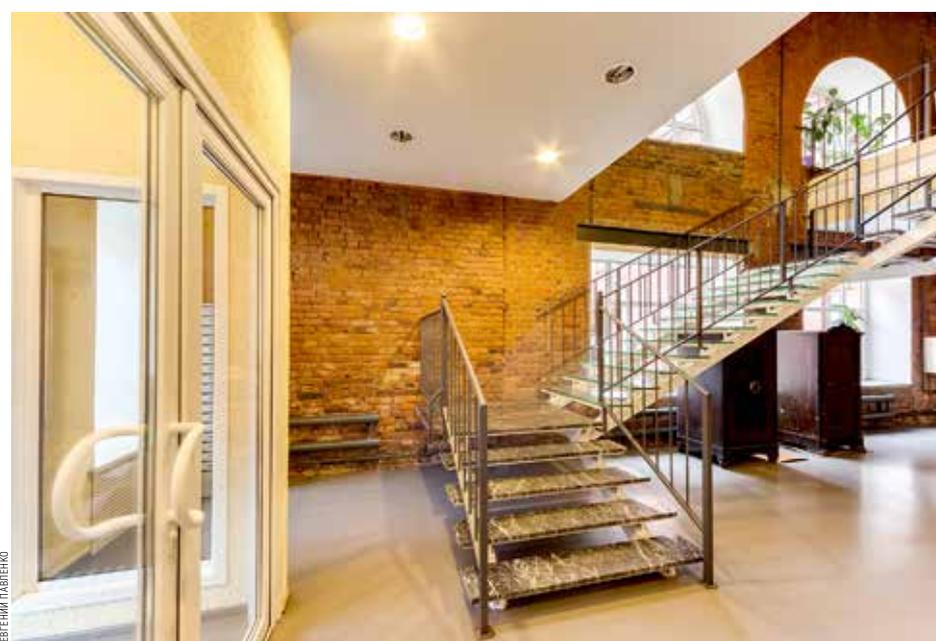
РЕДЕВЕЛОПМЕНТ «СЕРОГО ПОЯСА» — КВАРТАЛОВ ПРОМЫШЛЕННОЙ ЗАСТРОЙКИ КОНЦА XIX ВЕКА В ИСТОРИЧЕСКИХ РАЙОНАХ ПЕТЕРБУРГА — ВИДИМО, ЕЩЕ ДОЛГО БУДЕТ ПОСТАВЛЯТЬ НА РЫНОК ЖИЛЬЕ В СТИЛЕ ЛОФТ. ЭКСПЕРТЫ ПОЛАГАЮТ, ЧТО В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ НА РЫНОК МОЖЕТ ВЫЙТИ НЕСКОЛЬКО СОТЕН ТЫСЯЧ КВАДРАТНЫХ МЕТРОВ ЖИЛЬЯ В ТАКОМ СТИЛЕ. ПРАВДА, СПРОС НА ТАКИЕ ОБЪЕКТЫ СПЕЦИФИЧЕН: ВСЕ-ТАКИ ПОДОБНЫЙ СТИЛЬ ПОДХОДИТ НЕ ВСЕМ, ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ. КИРИЛЛ КОСОВ

Классический лофт — это реконструированные под жилую функцию здания бывших фабрик и заводов. Лофтами можно считать проекты реконструкции, когда застройщик сохраняет присущие стилю индустриальные черты: грубую кирпичную кладку, высокие потолки (от 3 м и выше), большие панорамные окна, свободные планировки.

Ирина Богачева, руководитель группы «Новое строительство» АН «Итака», говорит: «Лофт — объект недвижимости свободной планировки, большой площади, без лишних стен и перегородок. Предполагаются высокие потолки и панорамные окна, индустриальный минималистичный стиль в интерьере с использованием элементов строительных конструкций, а также таких материалов, как бетон и кирпич».

Светлана Московченко, руководитель департамента управления проектами КЦ «Петербургская недвижимость», добавляет, что такого — классического — жилья на рынке немного. Чаще стилистика лофта сохраняется только во внешнем облике (например, мануфактура James Beck), реже — и во внутренней отделке тоже (например, Landrin Loft). «Проектов, которые являются стилизацией под лофт, больше. Обычно они используют такие элементы стиля, как кирпичная отделка фасада и панорамные окна», — рассказывает она.

По словам госпожи Московченко, спрос на лофты есть, но это не массовый продукт из-за своеобразия стиля. «Если говорить именно про жилые лофты, то в Петербурге таких проектов пока не так много. В первую очередь это связано со сложностью согласования и реализации таких проектов в бывших промышленных зданиях. Ведь это требует больших затрат на реконструкцию здания. При этом не факт, что найдется большое количество любителей стиля лофт, которые купят в таком проекте жилье. Все-таки это особая категория покупателей», — считает Виталий Коробов, генеральный директор Element Development.



ЛОФТАМИ МОЖНО СЧИТАТЬ ПРОЕКТЫ РЕКОНСТРУКЦИИ, КОГДА ЗАСТРОЙЩИК СОХРАНЯЕТ ПРИСУЩЕ СТИЛЮ ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ: ГРУБУЮ КИРПИЧНУЮ КЛАДКУ, ВЫСОКИЕ ПОТОЛКИ, БОЛЬШИЕ ПАНОРАМНЫЕ ОКНА, СВОБОДНЫЕ ПЛАНИРОВКИ

Павел Евсюков, руководитель департамента развития продукта холдинга AAG, рассказывает о новом проекте в стиле лофт: «В ближайшем будущем нашим крупнейшим проектом станет МФК на Петроградской стороне — на месте бывшей фабрики «Красное знамя». Концепция апартаментов здесь полностью соответствует определению лофта. Они будут размещены в зданиях промышленного типа, с высокими потолками свыше четырех метров, панорамными окнами, мощными кирпичными стенами. Все это сочетается с элементами промышленного дизайна и декора».

По данным КЦ «Петербургская недвижимость», средние цены на жилье в стиле лофт варьируются в диапазоне 230–320 тыс. рублей за квадратный метр.

«В промышленном стиле строят чаще всего апартаменты, такие как Docklands на Васильевском острове или River Beach Apart на Рыбацком проспекте», — приводит пример госпожа Богачева.

«В нашем проекте на Пионерской улице представлены лофт-апартаменты, которые конкурируют с большим спектром недвижимости разных форматов. В частности, среди номерного фонда есть коливинги для долгосроч-

ной аренды и апартаменты для жизни, которые обычно приобретают для себя и своих близких», — сообщает господин Евсюков.

Александр Кравцов, управляющий партнер Fizika Development, полагает, что в каком-то смысле перспективы лофтов в Петербурге можно назвать почти безграничными. «Благодаря большому количеству краснокирпичной архитектуры конца XIX и начала XX века при должном подходе в городе может появиться несколько сотен тысяч квадратных метров подобного жилья и апартаментов: в районе Новгородской улицы, Московских ворот, у набережной Обводного канала и в юго-западной части Васильевского острова», — перечисляет он.

«Уже сегодня в бывших промышленных локациях создаются целые лофт-кварталы, например, «Скоростной» у Московских ворот, неподалеку от нашего клубного дома Talento, в архитектуре и концепции которого также применяются элементы лофта», — продолжает господин Кравцов.

Специфика лофтов, подчеркивает он, в их нестандартности. Такое жилье предполагает большое количество света, определенный дизайнерский интерьер, зачастую разделяющий пространство на интуитивном, уровне, а не с помощью обычных стен. «Подобные проекты интересны творческим личностям, ценящим свободу и нестандартные решения. Причем сформированный имидж лофтов как модного места для жизни привлекает как уже состоявшихся бизнесменов, так и молодых обеспеченных людей в возрасте старше 25 лет», — отмечает господин Кравцов.

Господин Евсюков обращает внимание, что зачастую лофт — это не основное жилье. Его выбирают как коллекционную недвижимость, так как она необычная и яркая, или как художественную студию. «Такие помещения идеально подходят для творческих мастерских, атмосферу которых невозможно воспроизвести в классической современной квартире», — указывает он. ■

«ПО НАШИМ ПРОЕКТАМ МОЖНО ОТСЛЕЖИВАТЬ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА»

ПО СРАВНЕНИЮ С ТУРБУЛЕНТНЫМ 2022 ГОДОМ ЗАСТРОЙЩИКИ СЕГОДНЯ РАБОТАЮТ НА БОЛЕЕ СТАБИЛЬНОМ РЫНКЕ. ПРИ СОХРАНЕНИИ ТЕКУЩЕГО НОВОСТНОГО ФОНА СИТУАЦИЯ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ НЕ БУДЕТ КАРДИНАЛЬНО МЕНЯТЬСЯ. СОБСТВЕННИК ГК «ПСК» **МАКСИМ ШТЕРН** РАССКАЗАЛ О ТОМ, ЧТО ПОДДЕРЖИВАЕТ РЫНОК В НЫНЕШНИХ УСЛОВИЯХ И ПОЧЕМУ ЕГО ДЕВЕЛОПЕРСКИЙ БИЗНЕС ПРОДОЛЖАЕТ РАЗВИТИЕ ПРАКТИЧЕСКИ ВО ВСЕХ СЕГМЕНТАХ НЕДВИЖИМОСТИ. АЛЕКСАНДРА ТЕН

GUIDE: Как вы оцениваете текущую ситуацию на первичном рынке недвижимости?

МАКСИМ ШТЕРН: По сравнению с прошлым годом, можно сказать, что мы работаем на более стабильном рынке. По нашим проектам с начала года есть положительная динамика роста продаж. От месяца к месяцу, без рекордов и всплесков, плавное поступательное нарастание. Это более комфортные условия для работы, нежели такие «качели», как были в прошлом году.

Что можно выделить, так это усиление такого влияющего на продажи фактора, как новостной фон. Что-то подобное, но гораздо более выраженное можно наблюдать на рынке акций, где на новостях всегда происходит рост или снижение. В недвижимости на фоне новостей также возникают колебания спроса. В этом году, к счастью, информационная реальность более стабильна. Ценовая политика девелоперов на рынке также на данный момент стабильна: квадратный метр растет по мере готовности объектов. Поэтому если это положение сохранится, продажи и цены не будут колебаться.

G: Как в текущих условиях чувствует себя ваш бизнес?

М. Ш.: На протяжении всей истории ГК «ПСК» портфель всегда формировался так, чтобы каждый из проектов был самодостаточен и ни в коем случае не относился к позиции «для ассортимента». Текущее положение дел не исключение: у нас нет таких объектов, продажи в которых идут не очень хорошо и которые требуют каких-либо специальных маркетинговых предложений.

По нашему портфелю можно определять тенденции рынка. Мы работаем в сегментах премиальной недвижимости, бизнес-класса, комфорт-класса и сервисных апартаментов. Все эти сегменты сегодня востребованы — с поправкой на отдельные объекты. Ведь всегда есть более успешные и менее. Наша задача в том, чтобы все наши проекты относились к первой категории.

G: Какой из сегментов недвижимости находится сейчас в более стабильном положении?

М. Ш.: В текущих условиях, по состоянию на конец лета 2023 года, все эти сегменты пользуются спросом. Отличаются структура этого спроса и мотивы покупки.

Премиальная недвижимость и бизнес-класс продаются стабильно по причине ограниченного предложения и желания покупателей инвестировать в качественную недвижимость, в том числе на будущее. Наш премиальный проект «Северная корона» из года в год находится в тройке лидеров по продажам. Конкуренцию ему составляют только уже сданные дома.

Комфорт-класс делает объемы, пользуясь возможностями ипотеки — программ с господдержкой. Но он в большей степени подвержен колебаниям спроса, и, конечно, успехи здесь напрямую зависят от ипотечного кредитования. В Петербурге этот сегмент открыл новую точку роста в виде мало- и среднеэтажной застройки. На южных территориях города прежде всего.

G: Как обстоят дела с продажами ваших апартаментов?

М. Ш.: В сервисных апартаментах на реализацию влияет то, как работают уже введенные в эксплуатацию проекты. В нашей сети Avenir спрос и загрузка в этом году превышают прогнозы. У нас нет обязательного требования к инвесторам подписывать договор доверительного управления. Но есть планы постепенно наращивать объем номерного фонда в управлении.



Исходя из фактического спроса мы начинаем реализовывать эти планы раньше: обращаемся к собственникам апартаментов, которые еще не подписали соглашение с управляющей компанией, и предлагаем это сделать, так как уже есть очередь из арендаторов, корпоративных клиентов, готовых снимать апартаменты прямо сейчас. Плюс мы даем гарантированную доходность собственникам. В целом, инвестиционная привлекательность сервисных апартаментов в этом году только выросла.

G: Главным событием в экономике в последние месяцы стало повышение ключевой ставки ЦБ. Как оно повлияло на рынок?

М. Ш.: Рост ключевой ставки фактически охлаждает потребление. Декларируемая цель — «таргет инфляции» — не самое очевидное объяснение. Далеко не все экономисты согласны с тем, что у нас потребительская инфляция, а не структурная. С позиции субъекта строительного рынка, девелоперской компании, видно, что рост стоимости кредитов запускает новую волну подорожания почти всех составляющих в себестоимости недвижимости.

Далее недвижимость имеет дело с «хвостом» повышения или понижения ключевой ставки. Подчас с неочевидными явлениями. Например, после повышения ключевой ставки до 8,5% ставки по кредитам с господдержкой даже снизились на некоторое время. Наш отдел ипотечного кредитования обратил внимание наших

потенциальных покупателей на этот аспект, и многие успели воспользоваться моментом. Но 12% — это ставка, которая является почти заградительной при покупке недвижимости по базовым программам ипотеки. И если бы не госпрограммы, то спрос буквально на пару недель пошел бы резко вверх, а потом резко вниз.

G: Какими последствиями грозит повышение ставки для самих девелоперов?

М. Ш.: Рост ключевой ставки также означает и повышение ставок по проектному финансированию, а это влечет за собой пересмотры планов вывода на рынок новых проектов и ценовой политики девелоперов. Некоторые проекты, вполне возможно, вообще не имеют шансов запуститься при высокой стоимости проектного финансирования. Другие сопутствующие явления отмечаются у производителей и поставщиков, в себестоимости продукции которых также есть кредитные деньги. Это также затрагивает планы их развития и расширения номенклатуры.

Первичный рынок благодаря господдержке покупателей остается в игре. Но на него в определенной степени влияет самочувствие вторичного. Улучшение жилищных условий предполагает продажу имеющейся недвижимости. И если продажи на вторичке идут плохо, то у потенциальных покупателей возникают сложности с покупкой новой недвижимости. Эта взаимосвязь двух рынков недвижимости сейчас работает хуже.

G: Спровоцирует ли все это падение продаж в оставшиеся месяцы года?

М. Ш.: Льготная ипотека во всех ее вариациях стабилизирует спрос, и во второй половине года вряд ли будут серьезные изменения в активности.

G: В конце прошлого года вы продали участок в Московском районе компании ФСК. Планируете ли пересматривать планы еще по каким-то активам?

М. Ш.: Год назад у нас сложился разнообразный и сбалансированный портфель во всех сегментах. Это и земельные участки, и уже готовые к строительству проекты. Можно было продать практически любой из них и не создать себе перекося в портфеле в сторону того или иного сегмента.

Сделку на Московском шоссе мы закрыли оптимально, подготовив этот большой участок под застройку. Оптимально, потому что, во-первых, мы на этом заработали. Во-вторых, получили хороший опыт разработки и согласования проекта застройки комфорт-класса с нуля. Это помогло нам в работе над другими проектами: на Пулковском шоссе и на территории бывшего «Петрохолода». И эта сделка явилась обоюдным выигрышем: у покупателя не будет проблем со спросом, поскольку предложение там получилось интересное.

G: Будет ли пополняться земельный портфель компании?

М. Ш.: Разумеется. Сейчас у нас три проекта на стадии запуска: дом бизнес-класса на проспекте Бакунина, в 200 метрах от Синопской набережной, малоэтажный квартал комфорт-класса в Пушкинском районе и проект на участке на территории бывшего «Петрохолода». Последний объект также относится к комфорт-классу, но более высокого сегмента. Эти проекты сейчас в приоритете, но по мере перехода на следующие стадии их реализации земельный банк будет пополняться.

G: Как дальше будет развиваться ситуация на рынке?

М. Ш.: Сегодня рынок поддерживается ипотекой с господдержкой. Уберите ее, и продажи в комфорт-классе — наиболее массовом сегменте — сократятся процентов на 70–80. А структура спроса моментально развернется в сторону малогабаритных квартир. Что уже противоречит политике роста обеспеченности жильем.

Более дорогая недвижимость также имеет некоторую зависимость от кредитования покупки. В нашей практике есть продажи с ипотекой около 100 млн рублей. Для меньших бюджетов востребованы программы комбинированной ипотеки, позволяющие сочетать льготный и базовый кредиты и тем самым снижать среднюю ставку. Но в первую очередь в премиальном сегменте и в бизнес-классе востребованы расположение, качество и разнообразие предложения внутри каждого отдельного проекта.

G: А если абстрагироваться от кредитования, что будет поддерживать рынок в части самого девелоперского продукта?

М. Ш.: Залог успеха нашего бизнеса — в соответствии предложения даже не текущим, а будущим ожиданиям покупателей. Для нового поколения на первом месте — комфортная жизнь. Все проекты, учитывающие развитие спроса и эти предпочтения, будут пользоваться вниманием. И люди будут стремиться приобретать именно такую недвижимость. ■

КРЫША ОТЪЕЗЖАЕТ ОТ ЦЕНТРА

ЕЩЕ НЕДАВНО БОЛЬШАЯ ЧАСТЬ ПЕНТХАУСОВ БЫЛА СОСРЕДОТОЧЕНА В ЦЕНТРАЛЬНЫХ РАЙОНАХ ПЕТЕРБУРГА. СЕГОДНЯ ТАКИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ВСЕ ЧАЩЕ МОЖНО ВСТРЕТИТЬ И В СПАЛЬНЫХ РАЙОНАХ. СТАЛА ЗАМЕТНО СОКРАЩАТЬСЯ И ПЛОЩАДЬ ЭТИХ ОБЪЕКТОВ. НО ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПО-ПРЕЖНЕМУ ОСТАЕТСЯ ШТУЧНЫМ, ЕСЛИ, КОНЕЧНО, ГОВОРИТЬ О ПЕНТХАУСАХ В КЛАССИЧЕСКОМ ПОНИМАНИИ — КОГДА, ПО СУТИ, ЭТО ДОМ НА КРЫШЕ ДОМА. КИРИЛЛ ОРЛОВ

Девелоперы говорят: если под классическим пентхаусом понимать квартиру, которая целиком занимает последний этаж дома, обладает собственным лифтом, панорамными окнами с видами, несколькими входами и террасами, то их количество очень ограничено. «Обычно такие пентхаусы преобладают в домах элитного и премиум-класса. Эксклюзивность таких квартир позволяет их выставлять на рынке до момента окончания строительства объекта. Например, в готовом и заселенном проекте „Маленькая Франция“ на Васильевском острове двухэтажный пентхаус был продан в августе 2023 года за 95 млн рублей», — рассказывает Павел Евсюков, руководитель департамента развития продукта холдинга ААГ.

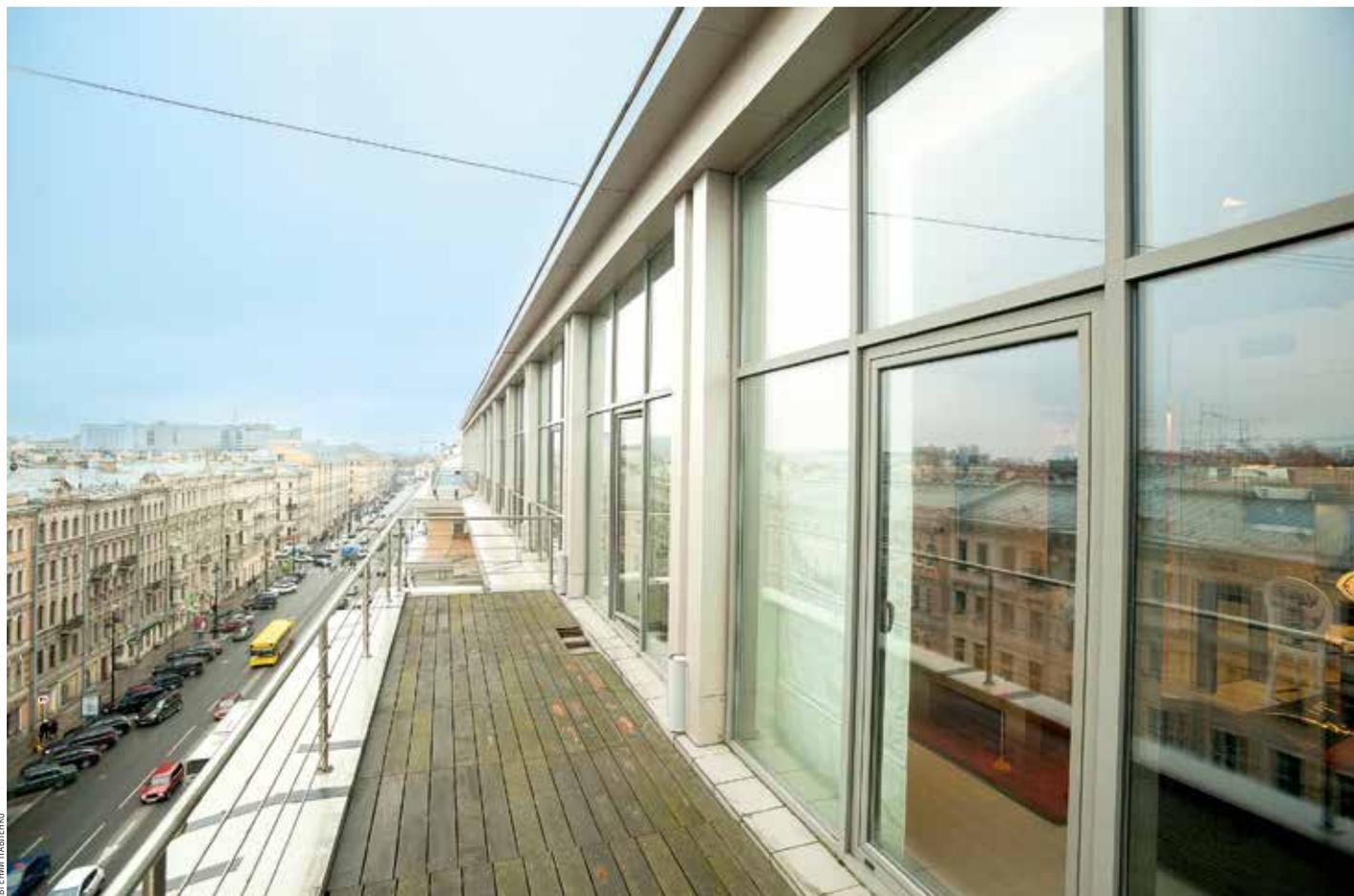
Ирина Богачева, руководитель группы «Новое строительство» АН «Итака», подсчитала, что по состоянию на июнь 2023 года на первичном рынке Петербурга в открытой продаже находилось 26 пентхаусов в девяти комплексах бизнес- и элит-классов.

УПЕРЕТЬСЯ В ОГРАНИЧЕНИЯ Виталий Коробов, генеральный директор Element Development, говорит, что в Петербурге не всегда возможно построить пентхаус с видом из-за жестких ограничений по высоте зданий, строящихся в центре. «Поэтому такие проекты появляются в близких к центру локациях, например, в Московском районе. В целом интерес к подобной недвижимости есть, но он очень ограничен», — отмечает эксперт.

Оксана Кравцова, генеральный директор ГК «Еврострой», говорит: «Как правило, пентхаус — самый эксклюзивный лот в элитном клубном доме или жилом комплексе, занимающий последний этаж целиком и обладающий персональным лифтом, доставляющим жильцов сразу в квартиру». Она рассказала, что компания создавала пентхаусы в каждом из ее элитных проектов. По словам госпожи Кравцовой, такие квартиры могут находиться в продаже годами. «В конце концов они находят своего покупателя именно за счет своей неповторимости: сочетание приватности, площади, видов из окон, наличия террас или балконов и полной творческой свободы при оформлении жилого пространства. Например, последний пентхаус в ЖК „Привилегия“ на Крестовском острове был продан в разгар пандемии COVID-19 в 2020 году более чем за 200 млн рублей, в то время как сам объект был сдан в 2017 году. И это была последняя квартира в доме», — делится она.

Несмотря на свою автономность, пентхаус должен учитывать особенности конструктива объекта. Так, в «Приоритете» на Воскресенской набережной, 32, четыре таких квартиры, три из которых в продаже и

СПРОС НА ПЕНТХАУСЫ ВЫРОС В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ: ПОКУПАТЕЛИ ОЦЕНИЛИ ОБЪЕМЫ ЖИЛЬЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ПРОСТОРНЫХ ТЕРРАС



В ПЕТЕРБУРГЕ НЕ ВСЕГДА ВОЗМОЖНО ПОСТРОИТЬ ПЕНТХАУС С ВИДОМ ИЗ-ЗА ЖЕСТКИХ ОГРАНИЧЕНИЙ ПО ВЫСОТЕ ЗДАНИЙ В ЦЕНТРЕ

каждая целиком занимает одну из жилых секций, на которые разделен клубный дом, сообщила госпожа Кравцова. «Площадь таких пентхаусов варьируется от 181 до 241 кв. м, и стоят они от 217 до 268 млн рублей, то есть 1,2 млн за квадратный метр», — приводит расчеты эксперт.

«Средневзвешенная цена на квартиры такого формата была зафиксирована на уровне 879 тыс. рублей за квадратный метр. В бизнес-классе показатель составил 574 тыс. рублей за квадратный метр, в элит-классе — 1060 тыс. рублей за квадратный метр. Наибольший разрыв цены между пентхаусами и другими лотами в рамках одного комплекса наблюдается в новостройках бизнес-класса: в рассматриваемых ЖК пентхаусы дороже, чем другие лоты, в среднем на 50–66%. Особенности наполнения пентхаусов приближают подобные лоты к элитным квартирам как по характеристикам, так и по цене квадратного метра. В то время как пентхаусы в элитных новостройках в меньшей степени контрастируют по наполнению с другими лотами в доме, за счет чего ценовой разрыв между ними сглажен: максимальная разница составила 26%», — рассказала госпожа Богачева.

НЕ ТОЛЬКО ПРЕМИУМ Александр Кравцов, управляющий партнер Fizika Development, добавляет, что сегодня, как ни парадоксально, пентхаусы постепенно перестают быть частью исключительно элитного жилья. «Точнее, все чаще пентхаус как квартира, занимающая последний этаж дома, может располагаться и в проектах премиум- и даже бизнес-класса, распо-

лагаясь при этом на расстоянии от центра города», — говорит эксперт.

По его мнению, наличие пентхаусов в доме — одно из конкурентных продуктовых преимуществ наравне с функциональностью планировок, пятиметровыми потолками или отдельным входом. «Такие квартиры рассчитаны на весьма специфического покупателя: того, кто стремится к обладанию уникальной недвижимостью, с одной стороны, а с другой — ценит уединение и приватность», — полагает господин Кравцов.

Стоимость пентхауса напрямую зависит от его площади, расположения и статуса объекта. «В клубном доме премиум-класса Talento у Московских ворот мы спроектировали два пентхауса, занимающих последние этажи разновысотных секций, по цене от 500 тыс. рублей за „квадрат“. Они обладают сравнительно небольшой жилой площадью: 107 и 108 кв. м соответственно, так как сегодняшние тренды свидетельствуют о сокращении больших площадей в премиум-сегменте. Каждый из пентхаусов трехсторонний, с панорамным и угловым остеклением, персональными лифтами и интегрированной системой „умный дом“. А видовая терраса одного из них достигает почти 50 кв. м, что позволяет жильцам создать настоящее гостевое пространство под открытым небом», — говорит господин Кравцов.

Ирина Богачева рассказала, что теперь застройщики называют пентхаусами достаточно небольшие помещения — от 32–34 кв. м: «Такие объекты есть на Васильевском острове, в Московском районе, на намывных территориях. Можно вспомнить и центр

города, где мы часто можем встретить надстройки над старыми домами, которые, наверное, тоже можно назвать пентхаусами, хотя в классическом понимании пентхаус — это многокомнатная квартира на крыше дома с собственной террасой. Стоимость квадратного метра — от 260 тыс. рублей и выше. На Песочной набережной можно найти классические пентхаусы площадью 240–250 кв. м и более, стоимость квадратного метра здесь начинается от 1 млн рублей. Это эксклюзивные объекты».

Константин Назаров, сооснователь агентства недвижимости Art Estate, считает, что, как правило, пентхаусы приобретают покупатели, для которых это уже не единственный объект недвижимости в собственности. «Это взрослые люди, от 35 до 60 лет, с осознанным запросом, которые ценят приватность. Именно поэтому сложно собрать точную статистику по сделкам такого рода. Но в год два-три пентхауса в Петербурге продаются. Стоимость квадратного метра сейчас составляет около 800 тыс. рублей». Он делит пентхаусы на рынке Петербурга на два основных типа: переоборудованные квартиры в старом фонде и квартиры в новостройках. «Характерно, что несколько лет назад пентхаусы были расположены преимущественно в центральных районах, но с развитием городской инфраструктуры они появляются и в проектах застройщиков, расположенных в Приморском, Выборгском или на юге Московского района», — указывает эксперт. Он отмечает, что спрос на пентхаусы вырос в период пандемии: покупатели оценили объемы жилья и возможности просторных террас. ■



ПЕНТХАУСЫ

«БЕРЕЗЫ НЕ МОГУТ РАСТИ ТАК ЖЕ СИЛЬНО, КАК БАОБАБЫ»

ПОСЛЕ НАЧАЛА КРИЗИСА РЫНОК АПАРТАМЕНТОВ СТОЛКНУЛСЯ С РЕЗКИМ ПАДЕНИЕМ ПРОДАЖ, НО У ПРОЕКТОВ В ЦЕНТРЕ ГОРОДА ОСТАЕТСЯ ХОРОШИЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ, СЧИТАЕТ ВЛАДЕЛЕЦ YARD GROUP **АНДРЕЙ КОШКИН**. В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ **GUIDE** МИХАИЛУ КУЗНЕЦОВУ ОН РАССКАЗАЛ О СВОЕМ ПРОЕКТЕ YARD RESIDENCE, РИСКАХ ЗАТОВАРИВАНИЯ РЫНКА И ПОСЛЕДСТВИЯХ ВВЕДЕНИЯ НДС НА АПАРТАМЕНТЫ.

GUIDE: Что сейчас происходит с инвестиционным спросом на недвижимость и апартаменты в частности?

АНДРЕЙ КОШКИН: В этом году интерес к покупке недвижимости с инвестиционными и спекулятивными целями увеличился. Однако это скорее восстановительный рост после прошлогоднего спада, связанного с началом спецоперации. Тогда часть платежеспособной аудитории эмигрировала из России, а еще ряд инвесторов заморозил активность до прояснения ситуации. В результате движущей силой на рынке стал корпоративный сегмент. Компании с госзаказом, институциональные инвесторы находятся на коне и готовы размещать достаточно большой объем капитала в сторонних проектах.

Ключевым драйвером восстановления спроса на апартаменты среди населения стали небольшие бутиковые комплексы в центре города. Подобные объекты сами по себе являются гарантией ликвидности и доходности за счет хорошей локации и небольшого объема предложения. Сейчас совместно с группой компаний Investa мы реализуем такой проект — Yard Residence на Херсонской улице, 43.

G: Апартаменты стали одним из наиболее пострадавших сегментов рынка недвижимости во время кризиса. С чем это связано?

A. K.: Это рынок непрофессиональных инвесторов и «людей из метро», которые не склонны мыслить долгосрочными категориями и во время любого кризиса действуют импульсивно. После начала спецоперации на Украине или резкого падения курса рубля их первой реакцией было затаиться или наоборот — срочно пойти что-то покупать. Такие инвесторы часто преувеличивают последствия тех или иных событий, например, боятся, что завтра доллар будет стоить 200 рублей. Результатом этого порой становятся невзвешенные решения. Это отличает их от институциональных инвесторов, которые придерживаются долгосрочной стратегии вне зависимости от сиюминутных факторов.

G: Как участники рынка адаптировались к падению спроса: снижали стоимость лотов, выводили их из продажи, предпринимали еще какие-то шаги?

A. K.: Лучшим вариантом для застройщиков было быстрое завершение своих проектов. Снятие с реализации лотов мало что меняло. Банки следят за продажами застройщиков, с которыми работают по проектному финансированию, и в случае негативной динамики просто повысят ставку по кредиту. Снижать цены на апартаменты также не имело смысла, поскольку это лишь сокращает маржинальность застройщика и развращает покупателей. Привыкнув к скидкам, потребители будут и дальше их требовать, а при отсутствии уступок просто возьмут и отложат покупку до лучших времен.

В нашем случае текущая ситуация привела к поиску новых интересных решений и к началу сотрудничества с Investa. Итогом стал вывод на рынок остатков апартаментов, которые находились на балансе застройщика, а также старт реновации восьмого этажа комплекса Yard Residence.

G: Как колебания курса валюты отразились на интересе к апартаментам? Стали ли инвесторы переключаться на покупку жилья, где есть льготная ипотека?

A. K.: Мне кажется, рынок покупки жилья на этапе котлована закончился. Те, кто покупал квартиры в 2020–2021 годах, смогли перепродать их по цене на 30–50% выше за счет роста рынка. Однако инвесторы, которые сде-



ПРЕСС-СЛУЖБА YARD GROUP

лали это позже, в надежде, что березы превратятся в баобабы, опоздали. Все-таки береза не может вырасти до 150 метров как баобаб. В результате сейчас им приходится либо сдавать жилье в аренду, либо продавать его с дисконтом в 15–20%. При этом те, кто пережил ситуацию в долларах, смогли конвертировать купленные за 60 рублей доллары по курсу в 100 рублей. Это позволило им зафиксировать прибыль и инвестировать свободные деньги в апартаменты с хорошим потенциалом.

G: Проект Yard Residence по-прежнему предполагает строительство псевдожилья?

A. K.: Изначально концепция предполагала вывод на рынок целого этажа элитных пентхаусов, но затем решено было перепрофилировать его под инвестиционные апартаменты. Это более перспективный вариант, учитывая хорошую локацию с ограниченным предложением, видовые характеристики и наличие собственной управляющей компании.

Расположенные на верхнем этаже комплекса 54 пентхауса будут переделаны в 74 двухъярусные резиденции с видом на центр города и крыши Петербурга. Снижение среднего метража со 100 до 50 кв. м позволило сократить средний чек и повысить доходность при передаче

лотов управляющей компании до прогнозных 10,2% годовых. Также на рынок планируется вывод в несколько очередей еще 20 инвестиционных лотов, которые будут находиться со второго по седьмой этаж.

Как и в других проектах Yard Group, в комплексе предусмотрена развитая сопутствующая инфраструктура, а в отделке будут использоваться зарубежные материалы и инженерные решения, несмотря на сложности с логистикой. На первом этаже комплекса откроется гастропропространство Backyard с 12 ресторанными концепциями, включая Ossu, «Больше кофе», Vinofeel, Kula. Фуд-холл с авторским дизайном будет рассчитан на 250 посадочных мест.

G: В каком формате будет строиться ваше взаимодействие с Investa в этом проекте?

A. K.: Yard Group останется оператором комплекса, а Investa будет отвечать за создание концепции, разработку доходных программ, маркетинг и продажи. Изначально апартаменты в комплексе были ориентированы на совершенно разные задачи: для жизни, сдачи в аренду, покупки готовых апартаментов под собственный офис, салон красоты и другие функции. Теперь же целевой аудиторией проекта будут инвесторы в апартаменты.

В связи с этим была пересмотрена стоимость номеров и обустройства, что отразилось на эффективности доходных программ.

Yard всегда уделял огромное внимание качеству: инженерии, материалам отделки, мелким, но важным деталям, а Investa выводила на рынок доходные инвестиционные апартаменты. Наша цель — объединить эти компетенции и предложить инвесторам апартаменты с оптимальным сочетанием высокой доходности и качества в самом центре Петербурга.

G: Средняя доходность апартаментов в Петербурге в 2022 году оценивалась в 4,84%, что в полтора раза ниже ожиданий собственников. Есть ли предпосылки для ее роста?

A. K.: Эта цифра выглядит очень низкой и возможна лишь при низкой квалификации управляющей компании. Даже в самый разгар пандемии в 2020 году в нашей управляющей компании этот показатель достигал 5,5%, а в 2022 году по нашим проектам можно было говорить о 9–9,5% годовых. В этом и следующем году мы рассчитываем на рост доходности до 10,2%. Это связано с увеличением турпотока и индексацией стоимости аренды при стабилизации цен на сами апартаменты.

G: Во время кризиса существенно вырос объем нераспроданных квартир, что создало риск затоваривания рынка. Видите ли вы такую опасность применительно к рынку апартаментов?

A. K.: В сегменте сервисных апартаментов подобные риски не просматриваются. Проекты с профессиональной управляющей компанией в центре останутся привлекательным вариантом для инвесторов, поскольку именно локация обеспечивает стабильный арендный поток. При этом в псевдожилье или объектах эконом-класса в спальных районах вероятность затоваривания довольно высока. В этих локациях сформировался существенный объем предложения, но при этом совершенно непонятно, как инвесторы смогут потом вернуть свои вложения.

G: В России принят закон о введении налога на добавленную стоимость на апартаменты. Насколько это будет ощутимо для экономики новых проектов?

A. K.: Это очень сильно ударит по активности девелоперов. Но качественные проекты в сегменте сервисных инвестиционных апартаментов способны выдержать введение НДС и оставаться привлекательными для инвесторов.

G: Будут ли в этих условиях девелоперы переключаться на какие-то другие форматы недвижимости?

A. K.: Думаю, что нет. Сейчас спрос на апартаменты зависит ключевым образом от месторасположения комплекса. Псевдожилье, впрочем, как и жилье в посредственных локациях, будет только затоваривать рынок. Сложившаяся ситуация приведет к буму гостиниц и сервисных апартаментов в регионах, где порог входа ниже, а инвестиционная привлекательность и потребность в качественных местах размещения высока. Например, в таких городах, как Казань и Волгоград, стоимость покупки квадратного метра недвижимости составляет 120–150 тыс. рублей, тогда как в Санкт-Петербурге речь идет о 300 тыс. рублей. При этом стоимость аренды в регионах вполне может достигать от 5 до 8 тыс. рублей за сутки, что вполне сопоставимо со столичными городами. Это позволяет обеспечить доходность в два-три раза выше, особенно в условиях бурного развития внутреннего туризма. ■

ОКРАИНЫ ЖДУТ ТОЧЕК РОСТА

О ТОМ, ЧТО ПЕТЕРБУРГУ НАДО УХОДИТЬ ОТ МОНОЦЕНТРИЧНОГО РАЗВИТИЯ, ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОЕ СООБЩЕСТВО И ВЛАСТИ ГОРОДА ГОВОРЯТ УЖЕ ТРЕТИЙ ДЕСЯТОК ЛЕТ. ПОКА ЯВНЫХ НОВЫХ ЦЕНТРОВ В ПЕТЕРБУРГЕ НЕ ПОЯВИЛОСЬ, ОДНАКО ПРОЦЕСС ИХ ФОРМИРОВАНИЯ УЖЕ НАЧАЛСЯ: ЧЕРЕЗ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ МОЖНО БУДЕТ ГОВОРИТЬ КАК МИНИМУМ О ТРЕХ ТОЧКАХ РАЗВИТИЯ ПЕТЕРБУРГА. РОМАН РУСАКОВ

Для развития центров на окраинах Петербургу по-прежнему не хватает инфраструктуры, точек притяжения и рабочих мест, без которых они считаются лишь спальными районами, говорят эксперты. «Классический пример — намыв Васильевского острова. Изначально здесь была концепция с пассажирским портом, торговыми и офисными центрами, общественными пространствами. Но пока вблизи центра города лишь строится огромный жилой массив, в котором нет инфраструктуры для занятости населения», — сетует Павел Евсюков, руководитель департамента развития продукта холдинга AAG.

Второе, что способно формировать точки роста, — транспортная доступность и развитие сети общественного транспорта, особенно метро. Эксперты обращают внимание, что сегодня весь юго-запад Петербурга, по сути, выступает анклавом с высокой маятниковой миграцией, которая не позволяет воспринимать этот район как автономный и самодостаточный.

«Единственный яркий пример полицентризма — формирование кластера вокруг „Лахта-центра“. В ближайшие три-четыре года также есть планы по развитию Горской. И если эти масштабные проекты будут успешно реализованы, то тогда можно будет говорить, что в Санкт-Петербурге есть туристический, деловой и рекреационный центры. Но пока наш город остается моноцентричным», — полагает господин Евсюков.

Наталья Коротаевская, директор по маркетингу и аналитике группы «Аквилон», считает, что чем больше будет центров в Петербурге и области, тем лучше, так как это даст стимул для развития города и повысит уровень комфорта жителей. «В настоящее время с таким подходом мы работаем над нашим проектом в Янино. Качество жизни должно быть на высоком уровне не только в центральных районах, но и в периферийных локациях, тогда город будет расти и развиваться. Для этого нужна слаженная работа бизнеса и администрации», — подчеркивает она.

Директор отдела продаж ГК «Полис» Анастасия Иващенко отмечает, что понятие полицентричного мегаполиса олицетворяет принципы «пятнадцатиминутного города», что означает, что все необходимые объекты для жизни находятся в пределах пятнадцатиминутной пешей доступности от новых жилых комплексов. Эти объекты включают в себя социальные учреждения, офисные здания, коммерческую и развлекательную инфраструктуру. «В настоящее время в различных проектах уже предусматриваются коммерческие помещения на первых этажах зданий, где открываются кафе, магазины, пекарни и другие объекты стрит-ритейла. Кроме того, детские сады и школы располагаются неподалеку от жилых комплексов», — говорит она.

«Вопрос о полицентричном развитии становится все более актуальным для нашего города, и это хорошо. Новые центры притяжения уже формируются. А чтобы создавать в спальных и периферийных районах собственные центры притяжения, необходим синтез усилий, нужен стратегический вектор. Например, важными частями полицентричного мегаполиса являются также прогулочные зоны и общественные пространства. Эти объекты обеспечивают жителям возможность отдыха, релаксации и активного образа жизни, придают новым жилым комплексам уникальность и привлекательность», — добавляет Александр Гуторов, вице-президент ГК «Страна Девелопмент».

В основе должен быть дорожно-транспортный каркас места, доступность района определяет интенсивность его гармоничного развития, настаивают эксперты.

«Пока не придумали телепорты, полицентричность для мегаполиса неизбежна. Город располагается вширь, поглощая деревни и поселки. Любая модель развития города упирается в маятниковую миграцию: в необходимость перемещаться из места, где человек живет, к месту работы, к зонам, где доступны прочие блага город-

ской жизни (торговля, досуг, культура). С максимальной скоростью не более 60 км/ч. В результате на то, чтобы добраться с Гражданки в Купчино, мы тратим столько же времени, сколько на перелет из Петербурга в Москву. Бизнес гибок. У нас в Новосаратовке пока введены только два корпуса. Но уже сейчас предприниматели ведут с нами переговоры по „свободным территориям коммерческого назначения“. Складывается пул интересов: они еще не завтра начнут разворачиваться, им важно застолбить место. Но если проблемы со стрит-ритейлом, с досугом в новых жилых кварталах бизнес как-то может решить (хотя и здесь необходимо опережающее мастер-планирование), то в создании новых предприятий и рабочих мест не обойтись без участия государства», — рассуждает Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости группы ЦДС.

Игорь Кокорев, операционный директор департамента стратегического консалтинга Nikoliers, считает, что уже сейчас на основе анализа распространения деловой инфраструктуры и инфраструктуры для крупных спортивных соревнований и других мероприятий, а также значимых общественных пространств можно выделить три новых формирующихся центра за пределами исторического центра Петербурга.

На юге это зона Московского и Пулковского шоссе с деловыми кластерами у Московских ворот, на площади Конституции и в Пулково-III, КВЦ «Экспофорум» и достраивающейся троящейся «СКА Арена» и новым парком вокруг нее.

На северо-западе это «Лахта-центр» с планами создания рядом нового «сити», спортивный кластер на западной оконечности Крестовского острова, «MTC Live Холл», общественные пространства стрелки Крестовского острова и парка 300-летия Санкт-Петербурга.

На востоке это деловые кластеры у станций метро «Ладжская» и «Новочеркасская», планирующаяся штаб-квартира «Газпром нефти», Ледовый дворец и

театр «Буйф», а также постепенно превращающиеся в современные общественные пространства берега Охты.

«При этом южная и северо-западная зоны уже соединены трассой ЗСД, а на востоке строится ВСП/ШМСД. В целом вопрос удобной транспортной связи со всеми остальными районами города является важным условием для успешного формирования каждого нового центра в периферийных районах», — говорит господин Кокорев.

Сергей Хромов, генеральный директор ООО «Город-спутник Южный», считает, что на южном направлении в формировании новых точек развития будет принимать участие и образовательный кластер, в том числе, ИТМО Хайпарк в городе-спутнике Южный. «Бизнесу совместно с властями очень важно еще на старте проекта проработать включение новых центров развития в неразрывную сеть городской инфраструктуры: продумывать подключения новых территорий к сетям общественного транспорта, моделировать и закладывать в программы развития основные корпоративные центры и обратно, продумывать вопросы обеспечения локаций социальными объектами, услугами и сервисами по принципу пятнадцатиминутной доступности», — перечисляет эксперт.

Роль государства как публичного партнера, собирающего в одной проектной команде ответственные комитеты, монополистов, обеспечивающего связь с федеральными структурами, крайне важна, полагает господин Хромов. «Участие государства и политическая воля придают необходимую динамику крупным полицентричным проектам. Государство учитывает появление таких подцентров-спутников в документах территориального планирования всех уровней. Это позволяет получить стратегическое видение и перспективу развития окружающих Петербург территорий», — уверен он.

Юлия Ружицкая, генеральный директор агентства недвижимости «Главстрой», считает, что чаще всего альтернативному центру нужен драйвер. По ее мнению, как правило, им становится крупное промышленное предприятие или деловой центр. «К точкам притяжения, которые могут стать новыми „магнитами“, можно отнести крупные инвестиционные проекты, города-спутники, а также зоны редевелопмента, где появляются новые инфраструктурные кластеры», — рассуждает она.

К таким территориям, считает госпожа Ружицкая, относится Кронштадт, который начал свое развитие с появлением туристско-рекреационного кластера «Остров фортов». На ближайшие годы здесь запланировано создание новых жилых, социальных и коммерческих объектов, а также глобальная модернизация дорожной инфраструктуры.

«Реализовать полицентрическую модель развития города в реальности не так просто. Во-первых, как я уже сказала выше, для развития той или иной территории нужен мощный драйвер, который будет аккумулировать ресурсы на развитие территории — в том числе и финансовые. Во-вторых, уже реализованный проект нужно поддерживать на должном уровне и концептуально: возле того же „Лахта-центра“ недавно открылась новая прогулочная набережная, начались работы по строительству новых дорог, активными темпами ведется модернизация аэропорта Левашово. Поэтому перспективы развития полицентричной модели в Петербурге, несомненно, есть. И в ближайшие год-два, когда крупные проекты, о которых я говорила, будут запущены полностью, мы сможем это увидеть», — оптимистично заключает госпожа Ружицкая. ■



РАЗВИТИЕ НОВЫХ ЦЕНТРОВ В ГОРОДЕ ДОЛЖНО РЕШИТЬ ПРОБЛЕМУ МАЯТНИКОВОЙ МИГРАЦИИ, КОТОРАЯ С КАЖДЫМ ГОДОМ СТАНОВИТСЯ ВСЕ ОСТРЕЕ

АРЕНДАТОРОВ ЗОВУТ В МЕБЛИРОВАННЫЕ КОМНАТЫ

НА ОФИСНОМ РЫНКЕ ПЕТЕРБУРГА СФОРМИРОВАЛСЯ НОВЫЙ ТРЕНД. БОЛЬШИНСТВО АРЕНДАТОРОВ ПРЕДПОЧИТАЕТ ЗАКЛЮЧАТЬ ДОГОВОРЫ АРЕНДЫ ТЕХ ПОМЕЩЕНИЙ, КОТОРЫЕ УЖЕ ОБСТАВЛЕНЫ МЕБЕЛЬЮ, ТАКЖЕ НА РЫНКЕ ПРАКТИЧЕСКИ НЕ ОСТАЛОСЬ СДЕЛОК С ПОМЕЩЕНИЯМИ БЕЗ ОТДЕЛКИ. В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ ОБЪЕМ СДЕЛОК ПО АРЕНДЕ КАЧЕСТВЕННЫХ ОФИСОВ ВЫРОС ПО СРАВНЕНИЮ С АНАЛОГИЧНЫМ ПЕРИОДОМ ПРОШЛОГО ГОДА ПОЧТИ В ПОЛТОРА РАЗА. КИРИЛЛ КОСОВ

За первые восемь месяцев рынок качественной офисной недвижимости Санкт-Петербурга пополнился 105 тыс. кв. м, 94% из которых приходится на спекулятивные проекты. Прирост спекулятивного предложения в текущем году демонстрирует устойчивую положительную динамику (+72%) к показателю за аналогичный период 2022-го. На 69% прирост спекулятивного предложения обеспечен офисными центрами класса В. Такие данные приводят в компании Maris.

В январе — августе 2023 года спрос на офисные помещения в Санкт-Петербурге оставался стабильным. Колебание относительно аналогичного показателя 2022 года находится в пределах 10%. Наиболее востребованы на рынке офисные центры, расположенные в Центральном, Московском и Петроградском районах города.

ВВОД ЗА СЧЕТ РЕКОНСТРУКЦИИ Наталья Никитина, руководитель направления офисной недвижимости «Бестъ. Коммерческая недвижимость», говорит, что на 2023 год было запланировано к вводу 150 тыс. кв. м офисных площадей, 50% из них было введено в первом полугодии. В основном новые объекты появились в ходе реконструкции старых зданий, и здесь, по ее мнению, можно отметить сеть бизнес-центров «Сенатор», которая ввела на рынок около 40 тыс. кв. м. Интересным примером реконструкции производственного здания под офисы является деловой квартал Boilerhouse на Обводном канале.

«Примечательно, что тенденция ввода бизнес-центров со стопроцентной заполняемостью в этом году не сохранилась, объекты остаются пустыми и после официального открытия», — отмечает она. — И здесь мы отмечаем тенденцию на добавление функций в офисные объекты, фокус на multifunctionality. Все большее количество собственников обращается за консультацией о возможности замены части классических площадей на гибкие пространства: коворкинги, творческие мастерские, галереи, торговые и общественные пространства. В частности, общественно-деловой комплекс «Новая Аура» на Лахтинском проспекте в результате реконструкции расширил функциональность пространства, что позволило привлечь новые группы арендаторов и повысить финансовые показатели проекта», — приводит примеры госпожа Никитина.

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПО ОТРАСЛЯМ

Алена Волобуева, директор департамента исследований рынка компании Maris, говорит, что отличительной чертой спроса на офисные площади в текущем году является его диверсификация по отраслям. Практически в равных долях спрос распределяется между представителями нефтегазового и IT-сектора, предприятиями строительной отрасли, компаниями сферы услуг сегментов b2c и b2b.

Стабильный уровень спроса сдерживает рост объема вакантных площадей на рынке. Волатильность показателя средней вакансии не превышает +/-0,5 п. п. относительно итогового показателя первого полугодия 2023 года (10,3%). Вследствие вышеупомянутых факторов запрашиваемые ставки аренды на рынке офисной недвижимости Санкт-Петербурга сохраняются на отметках, достигнутых в первом полугодии 2023 года.

Директор отдела офисной недвижимости East Real Майя Харченко отмечает, что, несмотря на летний пери-



НАЛИЧИЕ ОФИСА В ЦЕНТРЕ ГОРОДА УЖЕ НЕ РАССМАТРИВАЕТСЯ КАК НЕОБХОДИМОСТЬ ДЛЯ IT-КОМПАНИЙ, А ПЛАТНАЯ ПАРКОВКА НА БОЛЬШИНСТВЕ ЦЕНТРАЛЬНЫХ УЛИЦ ЯВЛЯЕТСЯ СУЩЕСТВЕННЫМ НЕДОСТАТКОМ

од как ежегодный фактор временного затишья, в этом году на рынке наблюдалось движение. Особенно это заметно было в июне, когда многие компании переходили к стадии подписания договоров по итогу нескольких месяцев согласований. В связи с этим вакансии в классах А и В+ ожидаемо снизились, указывает она.

Госпожа Никитина сообщила, что арендные ставки в классе А составляют в среднем 2100 рублей за квадратный метр, в классе В — 1400 рублей. При этом бизнес-центры проявляют гибкость при ведении переговоров и могут предоставлять дисконт до 10%. Повысилась активность IT-сектора, арендаторы говорят, что сотрудники, покинувшие страну и работающие удаленно, возвращаются, в связи с этим возникает потребность в дополнительных рабочих местах и расширении офисов. Активность проявляют нефтегазовый сектор, логисты, торговые компании.

«Востребованными являются меблированные офисы, и в связи с этим наблюдается рост интереса офисных арендаторов к гибким пространствам, так как они полностью готовы к заезду и не требуют дополнительных вложений. Запросы поступают как от небольших команд на 5–7 человек, так и от крупных арендаторов, готовых занять 80–100 рабочих мест. В связи с увеличивающимся спросом сеть коворкингов Page продолжает расширение на рынке Петербурга, в июле открылся после реконструкции коворкинг на Казанской улице, его площадь увеличилась до

3000 кв. м, к открытию готовится коворкинг на улице Народного Ополчения общей площадью 1288 кв. м. В целом по рынку до конца 2023 года планируется введение 10 тыс. кв. м гибких пространств», — рассказала госпожа Никитина.

Госпожа Харченко тоже отмечает тенденцию, что арендаторы по-прежнему тяготеют к готовым офисам с мебелью. «Есть основания предполагать, что до конца года продолжится рост активности со стороны арендаторов на офисном рынке, тем более что рынок пока располагает качественным предложением в сегменте классов А и В+», — дает прогноз госпожа Харченко.

По данным NF Group, в первом полугодии 2023 года общий объем сделок по аренде качественной офисной недвижимости Петербурга увеличился на 46% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Основной спрос был ориентирован на здания класса В (63% арендованных площадей). Большая часть сделок связана с переездом для улучшения качества офиса или местоположения. По объему поглощения площадей традиционно лидируют IT-компании (44%) и нефтегазовые структуры (31%). На третьем месте — производственные компании (7%).

НЕ ВСЕГДА В ЦЕНТРЕ В NF Group обращают внимание, что в 2023 году отмечается отсутствие сделок по аренде офисов без отделки. Важной составляющей является хорошая транспортная доступность, а также близость к метро и парковка. «При этом закрытие станций метро „Чернышевская“, „Ладужская“, „Пионерская“ негативно влияет на спрос, в результате сроки заполнения бизнес-центров увеличиваются», — говорят в компании.

По итогам первого полугодия 2023 года объем чистого поглощения показал положительное значение как в классе А (13,5 тыс. кв. м), так и в классе В (64,3 тыс. кв. м). Таким образом, высвобождение офисов иностранными компаниями завершилось и объем спроса и предложения на рынке сбалансированы. Наибольший объем поглощения продемонстрировал Московский район, так как он лидировал по количеству качественных меблированных офисов, которые вышли на рынок после ухода международных IT-компаний, констатируют в NF Group.

Регина Волошенко, директор департамента офисной недвижимости NF Group в Санкт-Петербурге, говорит: «В последние годы мы отмечаем изменение предпочтений компаний в выборе офисных помещений. Для большинства арендаторов местоположение оценивается не столько с позиции „центр — окраина“, сколько с точки зрения транспортной доступности. Забота о сотрудниках и о том, как они будут добираться до офиса и парковаться, выходит на первый план. Так, наличие офиса в центре города уже не рассматривается как необходимость для IT-компаний, а платная парковка на большинстве центральных улиц является существенным недостатком. Помимо транспортной доступности, компании предъявляют высокие требования к инженерным системам в здании, удобным планировочным решениям и возможности трансформировать их под нужды конкретной компании, а также внести элементы корпоративного стиля».

По прогнозам аналитиков NF Group, ожидается, что до конца года продолжится процесс миграции компаний из морально устаревших зданий в более современные, с хорошей транспортной доступностью. Госпожа Волошенко при этом замечает, что на рынке продолжается сокращение уровня девелоперской активности в целом: в частности, объем строительства офисов класса А минимален. ■

БИЗНЕС-ЦЕНТРЫ, ВВЕДЕННЫЕ В ЭКСПЛУАТАЦИЮ В ПЕТЕРБУРГЕ В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2023 ГОДА

НАЗВАНИЕ	АДРЕС	КЛАСС	АРЕНДОПРИГОДНАЯ ПЛОЩАДЬ, ТЫС. КВ. М
«СЕНАТОР»	УЛ. МИЛЛИОННАЯ, 6	А	12,0
«СЕНАТОР»	ПР. МЕДИКОВ, 7	А	11,2
«СЕНАТОР»	УЛ. МИЛЛИОННАЯ, 5	А	9,0
«СЕНАТОР»	УЛ. ОДОВЕВСКОГО, 24	В	8,5
«ГЕОРГ ЛАНДРИН»	ПР. Б. САМПОНИЕВСКИЙ, 77/7	В	7,5
BOILERHOUSE	НАБ. ОБВОДНОГО КАНАЛА, 118АУ	В	7,2
«ОБВОДНЫЙ ДВОР»	НАБ. ОБВОДНОГО КАНАЛА, 199-201У	В	2,4

ИСТОЧНИК: NF GROUP RESEARCH

АПАРТАМЕНТЫ НАРАЩИВАЮТ НЕСЕРВИСНУЮ ДОЛЮ

С ЯНВАРЯ ПО ИЮНЬ НА РЫНОК ПЕТЕРБУРГА ВЫШЛО ОКОЛО 1100 ЮНИТОВ В АПАРТ-ОТЕЛЯХ, ПРЕИМУЩЕСТВЕННО В НЕБОЛЬШИХ КОМПЛЕКСАХ ПРОЕКТНЫМ ОБЪЕМОМ ДО 80 ЛОТОВ. К КРУПНЫМ ОБЪЕКТАМ ОТНОСЯТСЯ СЕРВИСНЫЙ АПАРТ-ОТЕЛЬ «ВОЛЬТА» И КОМПЛЕКС НЕСЕРВИСНЫХ АПАРТАМЕНТОВ ZEN GARDEN. ОСНОВНОЙ ОБЪЕМ РЫНКА АПАРТАМЕНТОВ ПРОДОЛЖАЮТ ФОРМИРОВАТЬ СЕРВИСНЫЕ ЛОТЫ: С ЯНВАРЯ ПО ИЮНЬ В ПРОДАЖУ ВЫШЛО ПЯТЬ АПАРТ-ОТЕЛЕЙ НА 615 ЮНИТОВ. ОДНАКО ЗА ГОД ИХ ДОЛЯ В СТРУКТУРЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ СНИЗИЛАСЬ НА 19 П. П., СОСТАВИВ 2847 ШТУК. ЭТО СВЯЗАНО С ВЫСОКИМ СПРОСОМ НА ЭТОТ ФОРМАТ АПАРТАМЕНТОВ, А ТАКЖЕ С СУЩЕСТВЕННЫМ УВЕЛИЧЕНИЕМ ОБЪЕМА ПРЕДЛОЖЕНИЯ НЕСЕРВИСНЫХ ЛОТОВ. ГЛЕБ ЖУРАВЛЕВ

Такие данные приводит NF Group. По данным компании, в первом полугодии 2023 года объем предложения на рынке апарт-отелей Санкт-Петербурга увеличился на 19% к значению аналогичного периода прошлого года и составил более 5000 юнитов. «И несмотря на то, что основной объем рынка апарт-отелей продолжают формировать сервисные комплексы, наибольший прирост предложения демонстрирует несервисный формат апарт-отелей: благодаря новым проектам предложение в нем увеличилось в 13 раз по количеству юнитов в сравнении с первым полугодием 2022 года», — говорят в NF Group. В компании подсчитали, что в Петербурге количество комплексов несервисных апарт-отелей за год увеличилось с 5 до 18.

В компании Maris сообщили, что по состоянию на конец июля 2023 года количество введенных в эксплуатацию комплексов апарт-отелей в Санкт-Петербурге и Ленинградской области насчитывает 110 проектов на 33 891 юнит. Как говорят в Maris, весь объем нового ввода пришелся на второй квартал текущего года: введены в эксплуатацию шесть проектов и завершена третья очередь проекта Valo. Относительно показателя аналогичного периода прошлого года объем ввода в сегменте сократился на 55%. Самыми крупными проектами, обеспечившими максимальный вклад в прирост нового предложения на рынке в анализируемом периоде, стали Valo Business 4* и We&I Ramada by Vertical.

Как говорят в Maris, по состоянию на конец первого полугодия на стадии строительства находились комплексы апарт-отелей на 15 559 юнитов (более 650 тыс. кв. м). Апарт-отели комфорт-класса занимают наибольшую долю в структуре рынка. По сравнению с бизнес-классом и элитой они более масштабны по количеству юнитов. По объему введенных объектов лидируют Московский, Выборгский, Василеостровский и Фрунзенский районы города. По числу строящихся — Невский, Московский, Красногвардейский и Приморский.



НА КОНЕЦ ИЮЛЯ 2023 ГОДА КОЛИЧЕСТВО ВВЕДЕННЫХ В ЭКСПЛУАТАЦИЮ КОМПЛЕКСОВ АПАРТАМЕНТОВ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ НАСЧИТЫВАЕТ 110 ПРОЕКТОВ НА 33 891 ЮНИТ

На второе полугодие 2023 года анонсирован ввод в эксплуатацию 2,9 тыс. юнитов в 15 комплексах. Не исключено, что завершение некоторых проектов перенесется на 2024 год, считают аналитики Maris. В январе — июне 2023 года в Петербурге было продано 874 апарт-отеля, что на 51% меньше по сравнению с аналогичным периодом 2022 года.

Как посчитали в Maris, рост средней запрашиваемой цены апарт-отелей на рынке Санкт-Петербурга в первом полугодии 2023 года составил 6,4% по отношению к аналогичному показателю второго полугодия 2022 года. В годовом выражении средняя стоимость на рынке увеличилась на 15%.

Совершенно иную картину дают аналитики NF Group. По их данным, по итогам июня 2023 года наблюдалось

снижение средних цен: в формате сервисных апарт-отелей они уменьшились на 9% к значению первого полугодия 2022 года, в формате несервисных — на 24%, в формате элитных апарт-отелей — на 20%. Единственным форматом, продемонстрировавшим прирост цен, стал рекреационный (+2%).

«Основной объем рынка апарт-отелей продолжают формировать сервисные лоты: с января по июнь в продажу вышло пять апарт-отелей на 615 юнитов. Однако за год их доля в структуре предложения снизилась на 19 п. п., составив 2847 штук. Это связано с высоким спросом на этот формат апарт-отелей, а также с существенным увеличением объема предложения несервисных лотов», — отмечают в NF Group.

Наибольший прирост предложения продемонстрировал несервисный формат апарт-отелей: благодаря выводу новых объектов предложение увеличилось в 13 раз по количеству юнитов в сравнении с первым полугодием 2022 года. Так, в продажу вышло шесть апарт-отельных комплексов несервисного формата, которые дополнили объем предложения на 343 лота, до 1685 штук. Сейчас на рынке экспонируется рекордное количество объектов — 18 штук, тогда как еще в 2022 году их было всего пять.

Формат рекреационных и элитных апарт-отелей пополнялся менее активно, главным образом за счет вывода очередей в уже реализуемых проектах. Объем рекреационных апарт-отелей в экспозиции сократился на 53%, до 405 штук, а элитных увеличился в два раза, до 134 штук, приводят данные в NF Group.

По итогам июня 2023 года преимущественно наблюдалось снижение средних цен предложения по сегментам. В формате сервисных апарт-отелей отрицательная динамика составила 9% к значению первого полугодия 2022 года (249 тыс. рублей за квадратный метр), в формате несервисных — 24% (243 тыс. руб-

КРУПНЫЕ АПАРТ-КОМПЛЕКСЫ, ВВОД КОТОРЫХ ЗАПЛАНИРОВАН НА ВТОРОЕ ПОЛУГОДИЕ 2023 ГОДА

НАЗВАНИЕ	КОЛИЧЕСТВО ЮНИТОВ
АПАРТ-ОТЕЛЬ WE'LL	1220
«AVENUE НА ДЫБЕНКО»	374
«МОРСКАЯ РИВЬЕРА»	254
WINGS. ВТОРАЯ ОЧЕРЕДЬ	252

ИСТОЧНИК: MARIS

лей). Цена элитных апарт-отелей относительно прошлого аналогичного периода сократилась на 20%, до 649 тыс. рублей за квадратный метр. Средние цены рекреационных апарт-отелей в первом полугодии 2023 года, наоборот, увеличились на 2%, до 321 тыс. рублей за квадратный метр.

На динамику средних цен повлияло как снижение стоимости лотов застройщиками в ответ на охлаждение покупательской активности, так и сокращение в продаже студий, которые, как правило, имеют более высокую цену за квадратный метр. Кроме этого, по итогам полугодия в продажу вышли небольшие проекты, в том числе в формате реконструкции, с более низкими, чем в среднем в сегментах, ценами.

Андрей Соловьев, партнер, региональный директор департамента городской недвижимости NF Group, отмечает, что до конца 2023 года ожидается увеличение объема предложения в Санкт-Петербурге. «Однако изменения в законодательстве, в том числе планирующийся возврат НДС при реализации апарт-отелей по договору долевого участия и возможный отказ от присвоения жилого статуса апарт-отелям, могут корректировать темпы дальнейшего развития рынка и влиять на ценовую политику застройщиков», — резюмирует он. ■

ОБЪЕКТЫ АПАРТАМЕНТОВ, ВЫШЕДШИЕ В ПРОДАЖУ В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2023 ГОДА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

НАЗВАНИЕ	АДРЕС	ФОРМАТ	КОЛИЧЕСТВО АПАРТАМЕНТОВ, ШТ.	ПЛОЩАДЬ АПАРТАМЕНТОВ, КВ. М
«ВОЛЬТА» (ПИК)	ПР. ЭНЕРГЕТИКОВ, 6, К. 2А	СЕРВИСНЫЕ	430	11 105
«АСАДЕМИА ОСБЕНЯК НА ФОНТАНКЕ» (АСАДЕМИА ЛАНД)	ПРЯДИЛЬНЫЙ ПЕР., 12 / НАБ. РЕКИ ФОНТАНКИ, 163	СЕРВИСНЫЕ	54	1 688
PORT COMFORT МОУКА (К. 2) (INREIT)	ПЕР. ГРИВЦОВА, 4, К. 2	СЕРВИСНЫЕ	48	1 158
«ПРОЕКТ 6/3» (СЕКЦИЯ 4) (GOLDEN AGE GROUP)	УЛ. БЛОХИНА, 6/3 / УЛ. ПРОВАНТСКАЯ, 3	СЕРВИСНЫЕ	44	1 320
«АНГЛИЙСКИЙ 30» («СОЮЗ»)	АНГЛИЙСКИЙ ПР., 30	СЕРВИСНЫЕ	39	592
ZEN GARDEN (YARD GROUP)	ПР. ДОБРЮЛОВА, 18А	НЕСЕРВИСНЫЕ	105	10 629
«КАНОНЕРСКИЙ, 17» (ИКТ)	КАНОНЕРСКИЙ ОСТРОВ, 17	НЕСЕРВИСНЫЕ	78	1 472
«ЧЕРНЯХОВСКОГО, 56» («РЕНОВАЦИЯ»)	УЛ. ЧЕРНЯХОВСКОГО, 56А	НЕСЕРВИСНЫЕ	45	1 306
«ДОМ ЗИНГЕРА» («СОЮЗ»)	ЛОМОНОСОВ, ДВОРЦОВЫЙ ПР., 14/9А	НЕСЕРВИСНЫЕ	42	961
RIVER BEACH APART (CONSTANTA DEVELOPMENT GROUP)	РЫБАЦКИЙ ПР., 18	НЕСЕРВИСНЫЕ	38	1 353
«АПАРТ ГОРНЫЙ» («СОЮЗ»)	27-Я ЛИНИЯ В. О., 10/2В	НЕСЕРВИСНЫЕ	35	602
«СЕВЕРНАЯ КОРОНА» (К. 3) (ПСК)	НАБ. РЕКИ КАРЛОВКИ, 31А	ЭЛИТНЫЕ	36	2 991
ASTRUM (НЕКОТОРЫЕ ЛОТЫ) (YARD GROUP)	ЗСПЕРОВА УЛ., 8А	ЭЛИТНЫЕ	24	3 995
«МИР ВНУТРИ» (К. 10) (E.DEVELOPMENT)	Г. СЕСТРОРЕЦК, 41-Й КМ ПРИМОРСКОГО Ш., 1А	РЕКРЕАЦИОННЫЕ	54	3 859

ИСТОЧНИК: NF GROUP RESEARCH

КИНОТЕАТРЫ И БОУЛИНГ ОТСТУПАЮТ ПЕРЕД НОВЫМИ ФОРМАТАМИ

ЗА ПОСЛЕДНИЕ ДЕСЯТЬ ЛЕТ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА РАСШИРИЛСЯ СОСТАВ АРЕНДАТОРОВ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ФОРМАТА. ЕСЛИ В 2013 ГОДУ 61% РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ПЛОЩАДЕЙ В ТЦ ГОРОДА ЗАНИМАЛИ ТАКИЕ ОПЕРАТОРЫ, КАК КИНОТЕАТРЫ И БОУЛИНГ-ЦЕНТРЫ С БИЛЬЯРДНЫМИ, ТО В 2023 ГОДУ ИХ ДОЛЯ СНИЗИЛАСЬ ДО 43%.

ТАИСИЯ УМАРОВА

Такие данные приводят в Nikoliers. На смену классическим арендатором приходят VR-пространства, компьютерные клубы, залы лазертага, а также образовательные кружки и секции. Как говорят в компании, несмотря на то, что мультиплексы все еще остаются самым распространенным видом проведения досуга в ТЦ (кинотеатры представлены в 40% всех моллов города), их суммарная доля в общем объеме развлекательных площадей торговых центров за десять лет сократилась с 46 до 38%. При этом в последние два года кинотеатры стали активно внедрять новые услуги: трансляция спортивных мероприятий и спектаклей, проведение лекций и мастер-классов с разбором фильмов. Например, объединенная киносеть «Синема Парк» и «Формула кино» показывает в своих залах прямые трансляции спортивных мероприятий.

В числе активно развивающихся форматов развлечений в стенах торговых центров — семейные парки со спортивным уклоном: на сегмент детских комплексов развлечений в настоящее время приходится 68,3 тыс. кв. м, и почти половина из них — это сетевые парки активного отдыха крупных операторов Joki Joys, «Хлоп Топ» и «Высотный город» со средней площадью 2100 кв. м.

Все более популярными становятся компьютерные пространства, VR-залы и киберспортивные клубы: на сегодняшний день подобные виды развлечений представлены в 33 моллах города, в то время как в 2019 году они присутствовали только в 12 ТЦ. Параллельно в Петербурге наблюдается рост интереса к лазертагу: этот вид досуга уже представлен в семи ТЦ города. В числе

самых крупных — «КиберФокс» в ТРЦ «Питерлэнд» (1440 кв. м) и ТРЦ «Охта Молл» (900 кв. м).

Еще одна тенденция последних лет — рост популярности образовательно-просветительского сегмента. С 2019 года суммарная площадь образовательных кружков, музеев, театров и выставок в петербургских торговых центрах увеличилась более чем в 2,5 раза, до 36,1 тыс. кв. м. На сегодняшний день в 43 из 104 рассматриваемых моллов города представлены арендаторы данной направленности. Например, самая крупная интерактивная выставка, где представлены 60 ретро-автомобилей, работает в ТРК «Лето» и занимает около 3000 кв. м.

«К 2023 году суммарная площадь арендаторов развлекательного сегмента в качественных торговых ком-



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ВСЕ БОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫМИ СТАНОВЯТСЯ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ПРОСТРАНСТВА, VR-ЗАЛЫ И КИБЕРСПОРТИВНЫЕ КЛУБЫ: НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ ПОДОБНЫЕ ВИДЫ РАЗВЛЕЧЕНИЙ ПРЕДСТАВЛЕНЫ В 33 МОЛЛАХ ГОРОДА, В ТО ВРЕМЯ КАК В 2019 ГОДУ ОНИ ПРИСУТСТВОВАЛИ ТОЛЬКО В 12 ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ

плексах Санкт-Петербурга составила 379,5 тыс. кв. м, или 13,2% от общего объема арендопригодной площади более ста проанализированных ТЦ. За последние десять лет доля качественных торговых центров с развлекательной составляющей увеличилась с 58 до 78%. Обеспеченность жителей Петербурга развлечениями в ТЦ составляет 68 кв. м на 1000 человек, на детей до 14 лет приходится на четверть больше: 85 кв. м», — говорят в Nikoliers. ■

ПРЕМИУМ-КЛАСС ПРИХОДИТ К ФИНИШУ

ДЕВЕЛОПЕРЫ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ПОСТЕПЕННО УВЕЛИЧИВАЮТ В ПРЕМИАЛЬНЫХ КЛАССАХ ЖИЛЬЯ ЧИСЛО ОБЪЕКТОВ С ОТДЕЛКОЙ В ПРОДАЖЕ. ТАК, НА ПЕРВИЧНОМ РЫНКЕ ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ ДОЛЯ ОБЪЕКТОВ, ПРЕДЛАГАЮЩИХ ЛОТЫ С ФИНИШНОЙ ОТДЕЛКОЙ И МЕБЛИРОВКОЙ, ВЫРОСЛА НА 4 П. П. ПО СРАВНЕНИЮ С ПЕРВЫМ ПОЛУГОДИЕМ 2022 ГОДА.

НАТАЛЬЯ КУТОВАЯ

При этом количество квартир и апартаментов в экспонирующихся элитных объектах, предлагающих финишную отделку, за год увеличилось на 7%. Такие данные приводит NF Group. Схожая тенденция прослеживается и на первичном рынке жилья бизнес-класса, где по итогам июня 2023 года доля комплексов с предчистовой отделкой выросла на 6 п. п. за год за счет выхода в продажу четырех жилых комплексов, предлагающих лоты формата white box. При этом количество квартир с предчистовой отделкой в представленных на первичном рынке объектах бизнес-класса за год увеличилось на 12%.

Андрей Соловьев, партнер, региональный директор департамента городской недвижимости NF Group, говорит: «С 2022 года на рынке высококлассного жилья Санкт-Петербурга наблюдался рост интереса покупателей к квартирам с готовой отделкой и мебелью. Он обусловлен ограниченным предложением и в ряде случаев недоступностью зарубежных отделочных материалов и мебели на розничном рынке. Помимо этого, влияние оказала трансформация портрета покупателя: доля молодых клиентов в структуре спроса в последние годы увеличивается, при этом покупатели до 35 лет, как правило, ориентированы на приобретение квартир с готовой отделкой с целью экономии средств и времени. В результате изменения предпочтений предложение на первичном рынке высококлассного жилья оказалось не вполне релевантным запросам покупателей, что нашло отражение в снижении спроса на первичном рынке и переориентации части покупателей на вторичный рынок».

По данным NF Group, по итогам первого полугодия 2023 года на первичном рынке элитного жилья Петербурга все еще преобладают объекты с квартирами без отделки. Их доля составила 65% от общего числа экспонирующихся объектов, что сопоставимо с уровнем июня предыдущего года. При этом на 4 п. п. выросла за год доля объектов, предлагающих лоты с финишной отделкой и мебелью. Увеличение доли обусловлено началом продаж в клубном доме Cheval Court, проектом которого предусмотрено 12 резиденций с полной мебелью. По

состоянию на июнь 2023 года финишная отделка с мебелью была представлена в ЖК One Trinity Place. Всего количество квартир и апартаментов с финишной отделкой в экспонирующихся объектах увеличилось на 7% за год.

С июля 2022 года рынок высокобюджетного жилья пополнили два элитных объекта: клубные дома Cheval Court и ASTRVM, а также корпус апартаментов в рамках уже реализуемого комплекса «Северная корона». Новое предложение преимущественно было представлено без отделки. На первичном рынке жилья бизнес-класса по

итогу июня 2023 года ЖК без отделки также составили преобладающую долю: 72% от общего числа объектов в продаже. Доля комплексов с предчистовой отделкой за год выросла на 6 п. п., до 26%. Увеличение обусловлено выходом в продажу четырех новых объектов, предлагающих лоты с предчистовой отделкой. При этом количество квартир и апартаментов с предчистовой отделкой в экспонирующихся ЖК за год увеличилось на 12%.

В NF Group обращают внимание: несмотря на отсутствие предложения с чистовой отделкой, включенной в стоимость квартиры, в части жилых комплексов бизнес-класса различные типы отделочных работ предлагаются в качестве опции за дополнительную плату. Недостатком такой схемы реализации зачастую является невозможность ее включения в общую сумму ипотеки, что сужает целевую аудиторию подобного предложения.

«Схожие тенденции наблюдаются и на московском рынке: доля запросов на проекты с отделкой стабильно растет, так как многие покупатели не хотят тратить время, деньги и нервы на ремонт, особенно в текущих условиях дефицита привычных марок и роста цен на отделочные материалы. При этом объемы предложения с отделкой пополняются достаточно умеренно: продажа метров „в бетоне“ — по-прежнему наиболее понятный формат реализации для застройщиков, которые сталкиваются с теми же проблемами с отделкой, что и покупатели. По итогам первого полугодия 2023 года в Москве доля предложения с отделкой (предчистовая и чистовая) составила в элитном сегменте 45%, в бизнес-классе — 31%», — отмечает господин Соловьев. ■

ОБЪЕКТЫ, ВЫШЕДШИЕ НА РЫНОК С ИЮЛЯ 2022 ГОДА ПО ИЮНЬ 2023 ГОДА

НАЗВАНИЕ	АДРЕС	КОЛИЧЕСТВО ЛОТОВ, ШТ.	СРОК СДАЧИ	ТИП ОТДЕЛКИ
ЭЛИТ-КЛАСС				
ASTRVM	УЛ. ЭСПЕРОВА, 8А	60	III кв. 2024 г.	БЕЗ ОТДЕЛКИ
«СЕВЕРНАЯ КОРОНА» (К. 3)	НАБ. РЕКИ КАРПОВКИ, 31А	36	III кв. 2024 г.	БЕЗ ОТДЕЛКИ
CHEVAL COURT	КОНЮШЕННАЯ ПЛ., 2Д	12	IV кв. 2023 г.	ФИНИШНАЯ (С МЕБЛИРОВКОЙ)
БИЗНЕС-КЛАСС				
IMPERIAL CLUB	КОСАЯ ЛИНИЯ, 16/30А	717	II кв. 2027 г.	БЕЗ ОТДЕЛКИ
NEVA HAUS (К. 6-8)	ПЕТРОВСКИЙ ПР., 9-11	699	II кв. 2024 г.	БЕЗ ОТДЕЛКИ
«САМПСОНОВСКИЙ, 32»	Б. САМПСОНОВСКИЙ ПР.-Т., 32	590	I кв. 2028 г.	БЕЗ ОТДЕЛКИ
LOTOS CLUB	ПР. ПАТРИОТОВ, 35	210		СДАН
SHERILEVSKY	УЛ. АЛТАЙСКАЯ, 39	184	II кв. 2027 г.	ПРЕДЧИСТОВАЯ
DOMINO PREMIUM	УЛ. БЕЛООСТРОВСКАЯ, 28	168	IV кв. 2024 г.	БЕЗ ОТДЕЛКИ
UPPOINT	ПИСКАРЕВСКИЙ ПР., 3	141	IV кв. 2023 г.	ПРЕДЧИСТОВАЯ
ID PARK ROBEVY (К. 5)	УЛ. СЫЗРАНСКАЯ, 23А	88	IV кв. 2025 г.	ПРЕДЧИСТОВАЯ
TALENTO	УЛ. ЗАСТАВСКАЯ, 30	83	I кв. 2026 г.	БЕЗ ОТДЕЛКИ
«ПРОЕКТ 6/3»	УЛ. БЛОХИНА, 6/3	80		СДАН
«ЛОФТ У ОЗЕРА»	УЛ. БЕРЕГОВАЯ, 8, 12	75	II кв. 2024 г.	БЕЗ ОТДЕЛКИ

ИСТОЧНИК: NF GROUP, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ОТДЕЛКА

ВВОД ЖИЛЬЯ ТОПЧЕТСЯ НА МЕСТЕ

В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2023 ГОДА ОБЪЕМ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В РОССИИ СОСТАВИЛ 52,1 МЛН КВ. М ЖИЛЬЯ. ОТНОСИТЕЛЬНО ПЕРВОГО ПОЛУГОДИЯ 2022 ГОДА ТЕМПЫ ВВОДА ЖИЛЬЯ НЕМНОГО СОКРАТИЛИСЬ: ТОГДА БЫЛО ПОСТРОЕНО 52,6 МЛН КВ. М. ИЗ ОБЩЕГО ОБЪЕМА ВВОДА 30,4 МЛН КВ. М ПРИШЛОСЬ НА СТРОИТЕЛЬСТВО ЖИЛЬЯ НАСЕЛЕНИЕМ. ГОД НАЗАД ПОКАЗАТЕЛЬ БЫЛ ВЫШЕ: 32,9 МЛН КВ. М. СНИЖЕНИЕ ОБЩЕГО ОБЪЕМА СТРОИТЕЛЬСТВА ОТНОСИТЕЛЬНО ПРОШЛОГО ГОДА ПРОИЗОШЛО ИЗ-ЗА СОКРАЩЕНИЯ ИЖС. ДЕНИС КОЖИН

Такие данные приводит «Циан». По данным компании, среди причин снижения строительной активности населения можно отметить две основные. В 2022 году были введены дома, которые начали строить в 2020–2021 годах, то есть в период «ажиотажа» на загородном рынке, к 2022 году интерес к загородным домам частично спал (в том числе и из-за неспокойной внешней повестки), поэтому объемы ввода (домов, строительство которых закончено в 2023-м) оказались немного ниже. Кроме того, в статистику по вводу жилья попадают не только новые объекты, но и

построенные несколько лет назад и оформленные в собственность в текущем году («дачная амнистия»). «Доля таких объектов от года к году может отличаться, что ведет и к изменениям в статистических рядах, выделить вклад „дачной амнистии“ в общем объеме ИЖС невозможно, в данных Росстата все объекты учитываются как только что введенные», — говорят в «Циане».

В первой половине 2023 года на ИЖС приходится более 58% всего объема ввода жилья. По итогам полугодий население стало опережать девелоперов еще в 2019 году, по итогам целого года — с 2021 года (53%). В 2022 году доля по итогам года увеличилась до 56%, правда, за счет успешного первого полугодия (во втором полугодии девелоперы ввели немного больше жилья, чем население). До 2021 года по итогам года на строительство населением приходилось 40–45% всего объема нового жилья.

«Рост объемов ИЖС в последние годы был закономерен. Удаленный формат работы во время пандемии коронавируса позволил большую часть времени находиться за пределами города. Среди населения увеличился интерес к жизни в собственном доме (где больше места, меньше контактов с другими людьми). Вымывание наиболее ликвидных готовых вариантов на загородном рынке в совокупности с утверждением льготной семейной ипотеки на строительство частного дома стимулировало интерес населения к приобретению земельных участков и увеличило темпы ИЖС», — полагают в «Циане».

Максимальная доля ИЖС в общем объеме строительства традиционно в Северо-Кавказском федеральном округе (в первом полугодии 2023 года — 73%). Только

в одном федеральном округе девелоперы ввели больше жилья, чем население: в Северо-Западном (54%) за счет Санкт-Петербурга. По итогам 2022 года доля ИЖС была меньше половины также в Уральском округе (45%), сейчас на ввод населением здесь приходится уже 55%. В 2021 году более половины жилья было введено девелоперами также в Центральном округе, по итогам первого полугодия 2023 года на ИЖС приходится уже 56% всего ввода.

В первом полугодии текущего года ввод жилья населением превысил ввод жилья девелоперами в 74 субъектах РФ (по итогам 2022-го таких регионов было 66, по итогам 2021-го — 64). Максимальная доля ИЖС в Мурманской области, Еврейской автономной области, Ненецком АО и Магаданской области: здесь все 100% введенного в первом полугодии 2023 года жилья приходится на строительство населением. Более 90% от всего объема строительства на ИЖС приходится в Севастополе, Республике Алтай и Чеченской Республике. Здесь одни из самых низких объемов ввода застройщиками. Минимальные показатели доли ИЖС в Санкт-Петербурге (7%), Чукотском АО (10%), Москве (14%), ЯНАО (26%): частный сектор в федеральных городах невелик (в старых границах до расширения территорий практически отсутствует), в северных регионах проживание в индивидуальных домах из-за климатических условий требует существенных вложений средств и труда.

Самые высокие объемы ИЖС зафиксированы в Московской области (13% всего ввода в стране), Краснодарском крае (7%), Ленинградской области (5%), Татарстане

(4%), Башкортостане (3%). В столичных агломерациях наиболее распространен формат коттеджных поселков, в южных регионах жизни в индивидуальных домах способствуют комфортные климатические условия, в Татарстане и Башкортостане среди населения популярно проживание в собственном доме. Суммарно на топ-5 лидеров приходится треть ИЖС, на топ-10 лидеров — 45%

В 2020 году на фоне оживления загородного рынка стали стремительно увеличиваться цены на индивидуальные дома. Если с августа 2019-го по август 2020-го средняя стоимость нового загородного дома (построенного за последние пять лет) в РФ увеличилась только на 3% (с 6,3 до 6,5 млн рублей), то с августа 2020-го по август 2021-го рост составил уже 29% (до 8,4 млн рублей). С августа 2021-го по август 2022-го дома подорожали на 27% (до 10,7 млн рублей), а за последний год — на 13% (до 12,1 млн рублей). Вместе со снижением активности ИЖС и общего интереса к загородному рынку сократились и темпы роста цен.

«В первом полугодии 2023 года сохраняется тренд на увеличение доли ИЖС в общем объеме ввода жилья, начавшийся во время пандемии коронавируса. Сейчас на строительство населением приходится уже более 58% всего объема», — комментирует Алексей Попов, руководитель «Циан.Аналитики». — Развитие ИЖС поддерживается со стороны государства: действует льготная ипотека на строительство загородного дома, причем с июня прошлого года построить жилой дом в рамках программы можно не только с привлечением строительной организации, но и своими силами». ■

год	ВВОД ЖИЛЬЯ, МЛН КВ. М	ИЗ НИХ ВВЕДЕНО НАСЕЛЕНИЕМ, %
2010	58,4	43,5
2011	62,2	42,8
2012	65,7	43,1
2013	70,5	43,3
2014	84,2	42,9
2015	85,3	41,0
2016	80,2	39,6
2017	78,5	41,4
2018	75,1	43,1
2019	80,3	45,8
2020	82,2	48,4
2021	92,6	53,0
2022	102,7	55,7
ПЕРВОЕ ПОЛУГОДИЕ 2023 ГОДА	52,1	58,3

ИСТОЧНИК: MARIS

КОТТЕДЖИ ТЯНУТСЯ К ИНВЕСТОРАМ

к концу первого полугодия 2023 года на первичном загородном рынке Ленобласти было представлено 14 коттеджных поселков для инвестиций, что в два раза больше, чем в 2022 году. В них на разном этапе строительства находилось 228 коттеджей.

ДЕНИС КОЖИН

Такие данные приводит консалтинговый центр «Петербургская недвижимость». «Если в прошлом году лишь три компании предлагали инвестировать в загородные проекты, то на сегодняшний день в 2,5 раза больше: восемь девелоперов, большинство из которых имеет в своем портфеле не один подобный проект», — рассказала Ольга Трошева, директор консалтингового центра «Петербургская недвижимость».

Формат инвестиционных загородных проектов появился во время пандемии, когда продажи участков и коттеджей достигли пиковых значений. Однако за прошедшие несколько лет он серьезно изменился. Два года назад девелоперы предлагали инвесторам доли, вплоть до 1/100 от площади коттеджа, чтобы снизить порог входа на рынок. На текущий момент данный вариант микроинвестирования с 1/3 доли сохранился лишь в одном проекте.

Все загородные инвестиционные проекты представляют собой небольшие по размеру базы отдыха с коттеджами: количество участков с домами с отделкой и меблировкой варьируется от 13 до 17, они продаются с инвестиционной программой. 50% объектов имеют раз-

решенный статус ИЖС, 28% приходится на земли под дачное строительство и садоводство, 21% находится на землях рекреации. Более 85% коттеджей являются объектами некапитального строительства, что позволяет сократить себестоимость и период строительства (до 3–4 месяцев).

93% коттеджей в загородных инвестиционных проектах реализуются в трех районах: Выборгском районе Ленобласти (43%), Всеволожском (29%), Ломоносовском (21%). Рядом располагаются курортные объекты (в 79% случаев), естественные или искусственные водоемы. Большинство загородных объектов находится на расстоянии до 40 км от КАД (71%). Диапазон площадей — от 54 до 85 кв. м, средняя площадь лотов составляет 65 кв. м, однако есть и более крупные коттеджи: от 90 до 112 кв. м. Средняя цена по итогам первого полугодия 2023 года составила 7,5–8 млн рублей за коттедж. За год цены практически не изменились.

«На текущий момент на рынке загородных инвестиционных проектов есть три метода получения дохода: индивидуальный, котловой и комбинированный. Индивидуальный подразумевает фиксированный доход, равный проценту от стоимости лота: 10–12% годовых на

вложенные средства. Средняя доходность при таком варианте составляет около 75 тыс. рублей в месяц, при этом сверхдоходы — в пользу УК. В 60% проектах предлагается котловой метод доходности: в таком случае группа инвесторов отдает 25–30% от выручки управляющей компании, а остальное распределяется между инвесторами пропорционально вложениям. Доходность складывается из множества факторов: загрузки комплекса, сезонности», — прокомментировала госпожа Трошева.

При проектировании почти все девелоперы выбирают двухместный или четырехместный вариант размещения без учета дополнительных спальных мест, но существуют единичные объекты с шестиместным размещением. Чаще всего инвестиционные проекты выполнены в сдержанном и минималистичном скандинавском стиле. Помимо внутренней отделки, в коттеджах уже есть вся необходимая мебель, которая входит в стоимость. Кроме того, в каждом поселке есть банные комплексы, около 40% из них имеют и спа-кабинеты. У большинства коттеджей обустроены зоны барбекю, также в стоимость 35% объектов входит установка купели. ■

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (выпуск Санкт-Петербург, Guide «Петербург. Новые пространства»)

Владимир Желонкин — генеральный директор АО «Коммерсантъ», главный редактор
Анатолий Гусев — автор дизайн-макета
Андрей Ершов — главный редактор СПб страници
Александр Коряков — бильд-редактор
Валерий Грибанов — выпускающий редактор
Марина Шевченко — корректор
Мария Громова — верстка
Марина Победенная — рекламная служба

Адрес редакции и издателя: 123112, г. Москва, Пресненская наб., д. 10 этаж 35. Тел. (495) 797-6970. Адрес редакции в Санкт-Петербурге: 191024, Харьковская ул., д. 8А, лит А. Тел. (812) 324-6949

Учредитель: АО «Коммерсантъ». Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ», зарегистрировано Роскомнадзором, регистрационный номер и дата принятия решения о регистрации ПИ №ФС77-76923 от 11.10.2019 года

Типография: 000 «РосБалт», юридический и почтовый адрес: 197374, Санкт-Петербург, ул. Оптиков, д. 4

Тираж: 9000
 Распространяется бесплатно.
 16+

Фото на обложке: Евгений Павленко

ЗАГОРОД

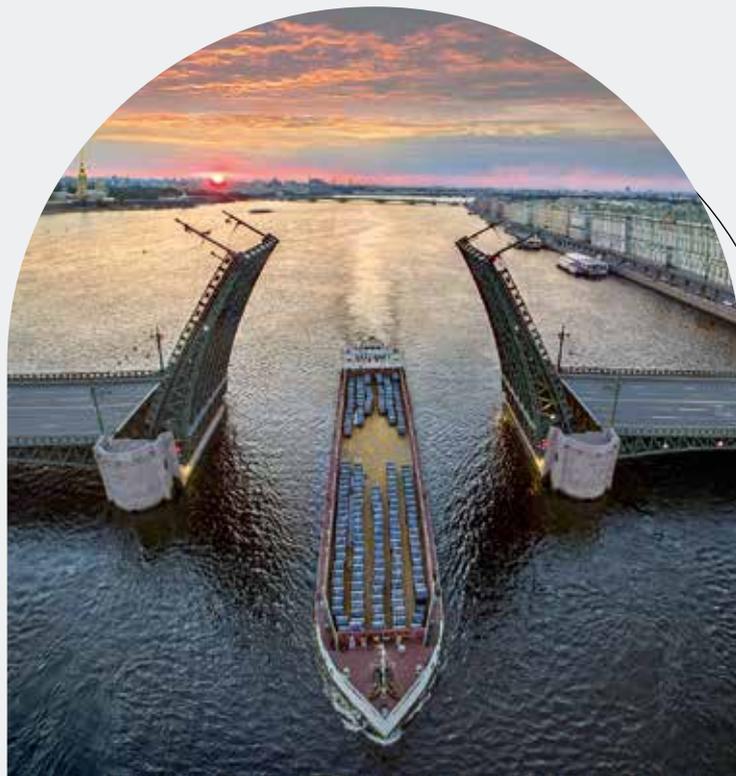
Коммерсантъ

ПРЕДСТАВЛЯЕТ

ПЕТЕРБУРГ

Истории бизнеса

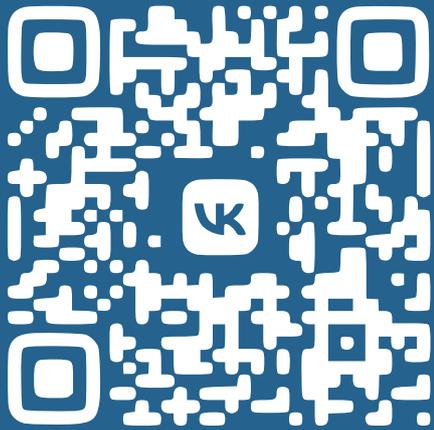
СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ
«ПЕТЕРБУРГЪ. ИСТОРИИ БИЗНЕСА»
О ВКЛАДЕ КОМПАНИЙ
В РАЗВИТИЕ СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ



Ответственные предприниматели заботятся не только об увеличении доходности своих компаний, но и о том, какой позитивный след они оставят в богатой истории нашего города

ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ПРОЕКТЕ / (812) 325-85-96, e-mail: M.pobedennaya@kommersant.ru

БУДЬ В КОНТАКТЕ



ПОДПИШИСЬ И ВЫИГРАЙ ПРИЗ
ОТ ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДОМА «КОММЕРСАНТЪ»

Группа «Коммерсантъ» Санкт-Петербург
во «ВКонтакте» это:

- ▶ АКТУАЛЬНЫЕ НОВОСТИ
- ▶ ОБЪЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ
- ▶ ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ КОММЕНТАРИИ О ВАЖНЕЙШИХ СОБЫТИЯХ И ТРЕНДАХ
- ▶ РЕГУЛЯРНЫЕ РОЗЫГРЫШИ БИЛЕТОВ НА КОНЦЕРТЫ, СПЕКТАКЛИ И ДРУГИЕ МЕРОПРИЯТИЯ

