



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА,  
РЕДАКТОР GUIDE «ТЕРРИТОРИЯ СТИЛЯ»

## ЧТО ОСТАЕТСЯ

Слова Габриэль Шанель о том, что мода выходит из моды, а стиль остается, кажется, цитировались уже сотни тысяч раз. Великая мадемуазель все-таки имела в виду некое чувство, присущее человеку, который умеет этот стиль ощущать на физиологическом уровне. А потом уже на ментальном. Ведь что такое стиль, объяснить, пожалуй, невозможно. Хотя Филипп Старк такие попытки делал. Но в конце концов сдался: «Я всегда говорил, что единственно приемлемый стиль — это свобода».

Вот, например, загадка — как финский дизайн сумел стать таким, каким он стал? Откуда эта благородная простота форм и чистота линий? Эта функциональность, доведенная дизайном до совершенства? Откуда такой необыкновенный креатив в этой стране лесов и озер? Вроде как с Италией все понятно — там солнце, море, небо и сокровища искусства, сохраненные для всего человечества. А в северных странах что вдохновляет дизайнеров? Разве что северное сияние. Возможно, дизайнеру и не нужно никакого вдохновения. Может, сила здесь — в идее, особом видении и рационалистическом складе ума. Как сказал один из профессионалов, «дизайн не столько профессия, сколько отношение к жизни».

Но вот что, на мой взгляд, странно: скандинавский дизайн — это некая вещь в себе, совершенно обособленная и самобытная. Опровергающая, например, постулат испанца Дидье Гомеза: «Для дизайнера нет ничего опаснее, чем существовать в вакууме одной культуры. Творческий человек должен быть открытым для любых влияний». Звучит категорично, пожалуй. Одиночки и затворники тоже немало сделали для мира. И все-таки прав итальянец Алессандро Мендини: «Успешный дизайн означает нечто большее, чем создание модных образов и выбор правильного бренда». Это и к вопросу о стиле.

# ЖИЗНЬ БЕЗ ОТРЫВА ОТ ОФИСА

В МОСКВЕ ПОЯВИЛАСЬ ТЕНДЕНЦИЯ ПО ПЕРЕОБОРУДОВАНИЮ БИЗНЕС-ЦЕНТРОВ ПОД АПАРТАМЕНТЫ. В ПЕТЕРБУРГЕ ПОКА ТАКИЕ ПРИМЕРЫ ЕДИНИЧНЫ, И В СРЕДЕ ЭКСПЕРТОВ НЕТ ЕДИНОГО МНЕНИЯ ПО ПОВОДУ ТОГО, СТАНУТ ЛИ ПОДОБНЫЕ ПРОЕКТЫ МАССОВЫМИ. ОДНАКО АНАЛИТИКИ УКАЗЫВАЮТ НА ТО, ЧТО ИЗ ВСЕХ СЕГМЕНТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ АПАРТАМЕНТЫ СЕГОДНЯ НАИБОЛЕЕ РЕНТАБЕЛЬНЫ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Сегодня офисный рынок Петербурга перенасыщен, а предложение значительно превышает спрос. При этом ставки на аренду резко не снижаются, и точка выхода из кризиса для этого сегмента аналитикам пока не видна. Поэтому вопрос о перспективе переоборудования офисных зданий под торговлю, апартаменты или иные функции то и дело возникает на повестке дня. Но в Петербурге, в отличие от Москвы, опыта перепрофилирования старых бизнес-центров крайне мало. Чуть ли не единственным примером приспособления многофункционального здания под хостел и торговые помещения можно считать проект на Лиговском проспекте, 33–35. «В результате успешной работы управляющей компании объект был перепрофилирован и заселен новыми торговыми арендаторами, а его большая часть ушла под успешный ныне хостел Graffiti. Однако такие реконструкции возможны не на всех объектах, поскольку „Лиговский, 33–35“ — все-таки небольшой объект в центре города. А чем больше торгово-офисный центр, тем сложнее задача перепрофилировать его», — рассуждает маркетолог-аналитик ЗАО «БФА-Девелопмент» Екатерина Беляева.

**СИТУАЦИЯ ПОДТАЛКИВАЕТ** Александр Матеша, управляющий партнер, директор по развитию и реализации проектов компании «Еврострой — Развитие», рассуждает: «Конкуренция и снижение спроса на рынке коммерческой недвижимости закономерно подталкивают собственников к поиску выгодных решений. Однако в Петербурге доля вакантных площадей в бизнес-центрах гораздо ниже, чем в Москве, она составляет 10–15% в зависимости от района города. Поэтому в Северной столице перепрофилирование бизнес-центров в апарт-отели пока не нашло своего применения», — говорит господин Матеша.

Игорь Кокорев, руководитель отдела стратегического консалтинга Knight Frank St. Petersburg, также считает, что ситуация на рынке офисной недвижимости в Петербурге не такая драматичная, как в Москве. «К тому же нужно учитывать, что московский рынок непропорционален нашему: уровень вакансии в офисных центрах столицы сопоставим с объемом всего рынка качественных офисов в Петербурге», — говорит господин Кокорев.

Он также обращает внимание на то, что апартаменты в Петербурге пока не настолько популярны, как в Москве. «Поэтому концепция переоборудования офисного центра под апартаменты сейчас в большей степени представляется скорее



ТАКОЙ ВИД ВОДОХВЛЯЕТ И НА РАБОТЕ, И ДОМА

экзотическим предложением, нежели бизнес-идеей, которая получит повсеместное распространение», — уверен эксперт.

Екатерина Заволокина, руководитель проектов отдела стратегического консалтинга компании JLL в Санкт-Петербурге, также отмечает, что апартаменты, как правило, выступают в роли второго жилья и спрос на него выше в столице, поэтому в целом создание апартаментов в Москве более популярно, чем в Петербурге: «Данный сегмент, безусловно, развивается, однако реализованных проектов в таком формате пока нет. Тем не менее мы считаем это очень перспективным направлением — в центре города практически не осталось локаций, предназначенных под жилье, однако спрос на него в центре и прицентральных районах по-прежнему высок».

Екатерина Запороженко, директор по продажам UK Docklands, говорит: «Сейчас апартаменты более востребованы на рынке, чем любой другой вид недвижимости. Поэтому естественно, что у девелоперов есть желание перепрофилировать свои объекты. Тем более что юридических сложностей, запрещающих это сделать, нет. Для некоторых девелоперов превращение офисов в апартаменты — хороший путь для выхода из бизнеса и продажи здания не целиком, а по частям. Главное условие — чтобы проект был сделан и реализован качественно, а не на скорую руку».

«Переделка в апартаменты означает, что собственник хочет выйти из бизнеса, а продать офисный центр по частям и под

жилие цели проще, выгоднее и быстрее. При этом розничная стоимость апартаментов на 20–40% выше, чем стоимость офисных площадей», — поясняет Павел Бережной, исполнительный директор ГК «С.Э.Р.».

Владислав Мельников, старший вице-президент банка ВТБ, руководитель проекта МФК Match Point, считает, что рациональное зерно в переоборудовании офисных площадей в комплексы с апартаментами очевидно. «Столичный рынок коммерческой недвижимости заполнен настолько, что открывшиеся в последние пару лет здания не востребованы арендаторами практически в полном объеме. Поэтому девелоперы во избежание повторения той же участи стремятся превратить строящийся объект в приемлемый для рынка формат», — говорит эксперт.

При этом в Москве известны случаи и перепрофилирования под апарт-отели торговых центров. Правда, господин Мельников обращает внимание на то, что с переоборудованием этих зданий все намного сложнее, поскольку проект бизнес-центра изначально предполагает коридорную нарезку площадей и другие планы этажей. Тогда как в торговом центре еще на стадии проектирования закладываются требования будущих якорных арендаторов (по инженерным системам, конфигурации помещений, мощности электроснабжения). «И потом, на стадии, когда уже возведены стены и сделаны этажи, переформатировать здание крайне тяжело. → 16