ПРЕСТИЖ БЕЗ ПОВЫШЕНИЯ КЛАССА / 14
ЛЕКАРСТВО ОТ «СИНДРОМА ПОСЛЕДНЕЙ КВАРТИРЫ» / 15
ПЕТЕРБУРГ ПОПАЛ В «ОТРИЦАТЕЛЬНУЮ» ТРЕТЬ / 16

Элитная недвижимость

Понедельник, 14 декабря 2020 №229/П
(№6950 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №13–28
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Зарегистрировано в Роскомнадзоре
ПИ №ФС77-76924 9 октября 2019 года
Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге

Guide

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА

LEGENDA
INTELLIGENT
DEVELOPMENT

ПАРТНЕР ВЫПУСКА

ЦДС
СТРОИМ
ДЛЯ ЖИЗНИ

РЕКЛАМА



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР GUIDE
«ЭЛИТНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»

СОХРАНЯТЬ СПОКОЙСТВИЕ

Элитная недвижимость, как известно, от потрясений экономики зависит мало: когда цены на жилье более демократичных сегментов падали, премиальный класс стоял как влитой — или даже рос в цене. Когда массовый сегмент начал заметно дорожать, элитная недвижимость снова демонстрировала независимость. Цены росли, но гораздо более медленными темпами.

Но все-таки жить в России и оставаться вне процессов, происходящих внутри страны, невозможно, и это касается даже владельцев эксклюзивной недвижимости. Девальвация рубля все-таки сказалась и на элитных квартирах: в Петербурге стоимость люксовой недвижимости в валютном эквиваленте пошла вниз. Снижение за год оказалось небольшим — меньше чем на один процент. Но тем не менее — это снижение. Притом, что элитная недвижимость в большинстве стран дорожала, несмотря на кризис, вызванный ковидом (а может быть, и благодаря ему).

Понятно, что снижение на полпроцента — динамика малозначительная и непоказательная. С другой стороны, она незначительная, если не сравнивать ее с ростом, который продемонстрировали 62% городов мира. На этом фоне незначительное падение уже не кажется таким уж несущественным. В конце концов, эксклюзивные вещи должны только дорожать, именно поэтому они эксклюзивны. А если покупка, вопреки трендам, теряет в цене — вложение оказалось неправильным, и от такой вещи необходимо избавляться. Такие мысли могли бы прийти, наверное, в голову владельцам элитного жилья при иных обстоятельствах, но сегодня выбирать особо не из чего, границы на замке, приобрести элитную недвижимость за границей проблематично, а значит, опасаться за исход капитала не стоит. Впрочем, элитная недвижимость — это вообще не та сфера, которая реагирует на сиюминутные тренды. Главное, чтобы эти тренды оказались именно сиюминутными и не стали многолетней тенденцией.

ФОТО НА ОБЛОЖКЕ: ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ПРЕСТИЖ БЕЗ ПОВЫШЕНИЯ КЛАССА

КЛАСС ЖИЛЬЯ ВСЕГДА ОПРЕДЕЛЯЕТ ЛОКАЦИЯ. ОДНАКО С ИСЧЕРПАНИЕМ ВОЗМОЖНОСТИ СТРОИТЬ В ПРЕСТИЖНЫХ МЕСТАХ ДЕВЕЛОПЕРЫ ЗАДУМЫВАЮТСЯ О ТОМ, КАК ПОДНЯТЬ ПРЕСТИЖНОСТЬ ЗАСТРАИВАЕМОЙ ЛОКАЦИИ, ЧТОБЫ ПОВЫСИТЬ И КЛАСС ЖИЛЬЯ. ВОЗМОЖЕН ЛИ ПОДОБНЫЙ «АПГРЕЙД» МЕСТА СИЛАМИ ОДНОЙ СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ, РАЗБИРАЛАСЬ КОРРЕСПОНДЕНТ GUIDE ЮЛИЯ МАРТЫНЕНКО.

Сегодняшний рынок недвижимости — это рынок покупателя, поэтому в борьбе за него девелоперы все чаще разрабатывают и применяют в проектах новые интересные решения. Александр Беленев, директор по строительству компании «Бронка Девелопмент», говорит, что сегодня уже сложно удивить покупателя только качеством строительства, нужны интересные фасадные и технические решения, качественная концепция придомовой территории, позволяющая организовать жильцам полноценный отдых внутри жилого комплекса. Для этого в сегменте жилья бизнес-класса и выше девелоперы чаще всего устанавливают фонтаны, организуют места для отдыха, например, открытые террасы, на некоторых объектах организуются небольшие парковые зоны с высадкой взрослых деревьев возрастом 20–25 лет, чтобы покупатели, въезжающие в дом, сразу могли получить требуемый уровень комфорта.

ГЛАВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ Однако главным инструментом для повышения качества локации сегодня остается благоустройство. Мария Черная, генеральный директор ООО «Бонава Санкт-Петербург», рассказала: «В проекте Magnifika в Красногвардейском районе мы благоустраиваем пешеходную набережную реки Охты. На участке длиной около 300 метров запроектированы прогулочная зона с велодорожкой, места для спокойного отдыха, занятий йогой и для общения, пикников горожан. Первый этап благоустройства, включивший строительство детских площадок с датским оборудованием Kompan, деревянного амфитеатра и зоны с гамаками, уже завершен. В перспективе, после окончания строительства всего комплекса, набережная будет открыта для всех горожан. Общая стоимость благоустройства береговой линии предварительно оценивается в 100 млн рублей». Эксперт уверена, что создание комфортной и зеленой пешеходной набережной повышает стоимость домов, обращенных к ней. «Выход участка к реке и благоустройство набережной позволили нам разделить проект Magnifika на два жилых комплекса разных классов: проект комфорт-класса Magnifika Lifestyle и проект бизнес-класса Magnifika Residence. Дома бизнес-класса обращены к реке. Из их окон открываются виды на зеленые берега Охты, ансамбль Уткиной дачи, устье реки Оккервиль. При этом оба проекта имеют единый, закрытый двор, общий подземный паркинг. Сохранена сквозная нумерация обоих проектов»,— перечисляет она.

Коммерческий директор компании «ЛСР. Недвижимость — Северо-Запад» Денис Бабаков рассказал, что между ЖК комфорт-класса «Цивилизация» и ЖК бизнес-класса «Цивилизация на Неве» появится зеленый бульвар с пешеходными зонами и местами для отдыха, он станет главным променадом для жителей обоих комплексов. «В проекте бизнес-класса „Морская набережная“ „Группа ЛСР“ благоустроит набережную, которая в перспективе станет городской и будет доступна для отдыха всех жителей города. Также жителей „Морской набережной“ ждет вечнозеленый хвойный парк за второй линией домов, идущий параллельно набережной. Именно такие общественные пространства в рамках жилищного комплекса популярны и за рубежом, в том числе у ближайших соседей в Финляндии и Швеции. Стоимость такого улучшения не сильно удорожает проект, даже если это объект бизнес-класса, зато польза от него более чем очевидна»,— уверен господин Бабаков.

СТРЕМЛЕНИЕ К УНИКАЛЬНОМУ Юлия Франц, директор по продажам и маркетингу ООО «Лахта Плаза», замечает: «Девелоперы стремятся создавать уникальные проекты с точки зрения как архитектуры и внутреннего наполнения, так и общественных зон. В тренде собственные зеленые пространства, зимние сады, дизайнерские площадки. Это общемировая тенденция. В Европе активно строят парки на крышах, подиумы с озеленением и закрытые зимние сады. Например, в Лондоне в проектах Sky Garden и Crossrail Place Roof Garden пространство наполнено природными элементами, которые повышают качество воздуха, улучшают освещенность и создают зеленые оазисы в городской среде. Объем инвестиций в благоустройство может доходить до 2–3% от стоимости всего проекта. К сожалению, пока в России запрос на качественное благоустройство не удовлетворен в полной мере, покупатели готовы приобретать жилье и апартаменты в комплексах с продуманной средой, но таких комплексов все еще недостаточно. При этом и жильцы, и инвесторы отдают предпочтение объектам с продуманными общественными зонами».

Петр Войчинский, гендиректор «МК Элит», подсчитал, что с точки зрения ценообразования красивый и функциональный двор позволяет застройщику быстрее продать недвижимость или повысить среднюю цену метра в среднем на 5% по сравнению с комплексами, где придомовой территории уделено меньше внимания. «Стоимость варьируется довольно сильно, но в среднем можно сказать, что двор добавляет себестоимости квадратного метра не более 5000 рублей в случае удачной реализации в небольшом проекте и не более 2000 рублей на квадратный метр в массовой застройке»,— говорит эксперт.

Ирина Доброхотова, председатель совета директоров компании «Бест-Новострой», считает, что еще один способ придать дому изюминку — разбить зимний сад. «Это достаточно дорогое удовольствие, так как требует постоянного ухода за растениями, поддержания нужной температуры и влажности, работы садовника. Только остекление сада может обойтись в 100–120 тыс. рублей за квадратный метр. В странах Азии также очень популярна такая технология, как вертикальное озеленение зданий. Примеры можно увидеть в Сингапуре, Вьетнаме, Японии. Основная функция озеленения — не только декоративная, таким образом архитекторы увеличивают площадь зеленых территорий, что позволяет насыщать воздух кислородом, ведь в Азии остро стоит проблема смога»,— замечает госпожа Доброхотова.

Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers International, при этом подчеркивает, что в первую очередь класс жилья определяет локация. «Создание окружающей среды не может автоматически повысить класс жилья, скорее оно повышает привлекательность концепции. Среди таких шагов можно отметить малые архитектурные формы, дизайнерские объекты, небольшие строения, дорогие спортивные и детские площадки, теннисные корты, беседки — все эти средства позволяют выделить проект на рынке и повысить его привлекательность»,— рассуждает эксперт.

ВАЖНА СРЕДА Ян Фельдман, директор по маркетингу ГК «Ленстройтрест», отмечает, что, помимо парков и водоемов, еще одним важным элементом, влияющим на класс недвижимости, становится комьюнити-среда. «Например, различные комьюнити-центры в новых жилых кварталах — это не только часть проекта благоустройства и арт-объект для привлечения внимания: они выполняют социальную функцию. Комьюнити-центры помогают застройщику в формировании добрососедских отношений, выработке общих и понятных правил общения между жителями. Это в целом благоприятно сказывается на атмосфере в квартале. Люди готовы увеличить бюджет покупки ради доброжелательных отношений между соседями. Этот критерий сегодня учитывается при выборе квартиры в новостройке, но пока не входит в топ-3»,— говорит он.

РАЗДЕЛЯЙ И ПОНИМАЙ Никита Пальянов, директор по маркетингу ГК «Абсолют Строй Сервис», при этом считает, что стоит разграничить цели, которых добивается застройщик, вкладываясь в развитие среды, окружающей жилой проект: кто-то это делает для повышения класса жилья, кто-то — для повышения его качества.

В первом случае, по мнению эксперта, путь девелопера очевиден: это использование более дорогих отделочных материалов, приглашение в проект зарубежных архитекторов и дизайнеров, авторский интерьер мест общего пользования, импортные комплектующие и тому подобное. Также в этих целях девелоперы могут включать в проект уникальные элементы инфраструктуры, например, бассейн в доме для собственников (ЖК «Модум»), собственная марина (ЖК «Роял Парк»), спа-зона (ID Moskovskiy), консьерж-служба (ЖК «Привилегия»). Можно создавать уникальные точки притяжения, например, фуд-зону в коммерческих помещениях: так, лондонские девелоперы все чаще включают в качестве дополнительной функции к своим жилым комплексам гастромаркеты. «Но на мой взгляд, намного важнее повышать не класс недвижимости, а качество жизни ее владельцев и пользователей. Важно создавать комфортную среду на территории жилого комплекса, чтобы он становился полноценной частью городской среды, был интегрирован в нее. Сегодня, когда мы видим негативные примеры проектов, реализованных с минимальным вниманием к инфраструктуре (районы Мурино и Кудрово), особенно важно уделять внимание этому аспекту и не повторять девелоперских ошибок периода урбанистического бума. Качество жизни не должно страдать ни при каких условиях. Все общественные зоны — для отдыха, спорта, прогулок, детских игр — должны быть продуманы так, чтобы в них было комфортно находиться. Думаю, в ближайшие пять-десять лет все девелоперы придут к этому, и проекты комплексной застройки в Петербурге и ближайших пригородах будут больше похожи на современные жилые комплексы Хельсинки и Стокгольма»,— резюмирует господин Пальянов. ■

ЛЕКАРСТВО ОТ «СИНДРОМА ПОСЛЕДНЕЙ КВАРТИРЫ»

НОВЫХ МЕСТ ДЛЯ ВОЗВЕДЕНИЯ ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ В ЦЕНТРЕ ПЕТЕРБУРГА ПРАКТИЧЕСКИ НЕ ОСТАЛОСЬ. ОДНИМ ИЗ ВАРИАНТОВ ПОПОЛНЕНИЯ ПРЕМИАЛЬНОГО ЖИЛОГО ФОНДА СТАНОВИТСЯ РАССЕЛЕНИЕ СТАРЫХ ДОМОВ. В 1990-Е ГОДЫ РАССЕЛЕНИЕ ЖИЛЬЯ БЫЛО ДОСТАТОЧНО ВЫГОДНЫМ. ОДНАКО СЕГОДНЯ, УВЕРЯЮТ ДЕВЕЛОПЕРЫ, БЕЗ ПОМОЩИ ГОСУДАРСТВА ЭТО СТАНОВИТСЯ НЕВЫГОДНЫМ. В ИТОГЕ ПРОЦЕСС ЗАТОРМОЗИЛСЯ. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Процесс расселения ветхого жилья в Петербурге сопровождается комплексом проблем, для каждой из которых довольно сложно найти решение. «Во-первых, наш город стареет. С каждым годом количество потенциально ветхого жилья увеличивается, особенно в центральных районах и прилегающих к ним локациях. Во-вторых, программа расселения жилья в большинстве случаев осложняется наличием коммунальных квартир. Жители не хотят переезжать из центра, а квартиры, которые предлагают город или инвесторы, чаще всего располагаются в проектах спальных районов и на окраинах города, где совершенно иные условия проживания и уровень инфраструктуры. При этом получить квартиру в центральных районах практически невозможно, так как там дефицит свободных участков и не ведется нового строительства. В-третьих, часть домов может иметь охранные обязательства. Некоторые здания являются объектами культурного наследия и охраняются государством, что делает процесс реконструкции сложным и дорогостоящим для города, а также малопривлекательным для инвесторов»,— рассуждает Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers International.

Эдуард Тиктинский, президент группы RBI, рассказывает: «В нашей практике были проекты, которые предусматривали расселение аварийных зданий, и могу сказать, что это было сложно. Один из последних случаев, например,— на Пискаревском проспекте, где мы реализовали проект жилых комплексов „Четыре горизонта“ и „Дом на излучине Невы“. Основная проблема — договариваться с жильцами. Их много, у каждого свои требования, с каждым надо установить контакт». Расселением, считает эксперт, должен заниматься город. Именно он должен брать на себя риски, связанные с «синдромом последней квартиры».

Управляющий партнер аналитического агентства WMT Consult Екатерина Косарева также признает, что многие люди не согласны уезжать из своих квартир в центре Санкт-Петербурга в те районы, куда им предлагается переехать. «Как правило, речь идет о переселении из Центрального или Адмиралтейского района — в Приморский, Шушары, Купчино или Колпино»,— поясняет она. Эксперт также отмечает, что инвесторы с неохотой идут в реконструкцию зданий из-за их статуса архитектурного наследия. «Этот статус накладывает ограничения на материалы и внешнюю отделку, а также обязывает согласовывать чуть ли не каждый шаг. Приходится оформлять больше документов. К тому же реконструкция таких объектов обходится дороже»,— указывает госпожа Косарева.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

МНОГИЕ ЛЮДИ НЕ СОГЛАСНЫ УЕЗЖАТЬ ИЗ СВОИХ КВАРТИР В ЦЕНТРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА В ТЕ РАЙОНЫ, КУДА ИМ ПРЕДЛАГАЕТСЯ ПЕРЕЕХАТЬ

Юлия Франц, директор по продажам и маркетингу ООО «Лахта Плаза», добавляет: «Такой вид инвестиций не очень интересен для девелоперов: если просто расселять и реновировать дом, то невозможно получить качественный продукт, который оценит покупатель элитной недвижимости. Без полной реконструкции нет возможности создать паркинг, изменить квартирографию и многое другое».

«Экономика подобных проектов крайне тяжела, работы надо согласовывать с КГИОП, кроме того, велик риск настроить против себя градозащитную общественность, а значит, увязнуть в судах. Кроме того, квартиры в центре в видовых местах стоят недешево, а после реконструкции их надо продать с прибылью, что делает их цену запредельной»,— полагает Игорь Карцев, председатель совета директоров ГК «Максимум Life Development».

«Дело инвестора — приобрести уже расселенное здание на торгах, назначив лучшую цену. А дело города — обеспечить, чтобы это здание перешло покупателю пустым, причем в оговоренные с покупателем сроки. У инвестора же очень мало ресурсов, чтобы договариваться с каждым жителем»,— сокрушается господин Тиктинский.

Поэтому у девелопера сейчас нет возможности проводить расселение в прогнозируемые сроки. Нельзя предсказать, удастся ли договориться с жильцами. Такая неопределенность при текущей доходности проектов для девелопера означает риски, которые невозможно принять. «Соответственно, расселение аварийных зданий у нас идет крайне низкими темпами — единицы в год. И это проблема для центра города, который остро нуждается в реконструкции»,— подчеркивает президент RBI.

Евгений Миронюк, аналитик ИК «Фридом Финанс», говорит, что сегодня в центре города расселяется преимущественно аварийное жилье. По его подсчетам, в рамках национального проекта «Жилье и городская среда» за первые девять месяцев 2020 года из аварийных домов было переселено 44 семьи. На сегодняшний день план по переселению из аварийных домов Петербург перевыполнил более чем в два раза. До конца 2020-го планируется переселить еще 19 семей.

«Что касается расселения коммунальных квартир, которыми занимается „Горжилобмен“, то программа существует уже десятилетия, но темпы расселения в настоящий момент низки. Расселение по программе реновации ожидает начала второй попытки запуска программы властями города. Первая в целом провалилась. В течение прошлых десяти лет по реновации должны были расселить 150 тыс. человек, а получили жилье только 1,5 тыс. семей»,— приводит данные господин Миронюк. Он замечает, что представленные инвесторам льготы и субсидии оказались недостаточными, бюджетное финансирование ограниченным, а правовые аспекты неурегулированными до конца. «Расселение по всем видам программ проходит крайне низкими темпами»,— констатирует эксперт. ■

ПЕТЕРБУРГ ПОПАЛ В «ОТРИЦАТЕЛЬНУЮ» ТРЕТЬ

НЕСМОТРЯ НА ПАНДЕМИЮ, РОСТ СТОИМОСТИ ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ ПРОДОЛЖАЕТСЯ. ВСПЛЕСК СПРОСА ПОСЛЕ ВСЕОБЩЕЙ ИЗОЛЯЦИИ УВЕЛИЧИЛ ПРОДАЖИ И ПОДДЕРЖАЛ ЦЕНЫ НА НЕСКОЛЬКИХ КЛЮЧЕВЫХ РЫНКАХ. В ЦЕЛОМ РОСТ ПОКАЗАТЕЛЯ В МИРЕ СОСТАВИЛ 1,6% ЗА ГОД, ПРИ ЭТОМ В 62% ГОРОДОВ ЦЕНЫ ПРОДОЛЖАЮТ РАСТИ ПО СРАВНЕНИЮ С ПРЕДЫДУЩИМ ПЕРИОДОМ. ДОЛЯ ГОРОДОВ, НАБЛЮДАЮЩИХ ГОДОВОЕ СНИЖЕНИЕ ЦЕН, УВЕЛИЧИЛАСЬ С 23% В КОНЦЕ 2019 ГОДА ДО 38% В ТРЕТЬЕМ КВАРТАЛЕ 2020 ГОДА. В ПЕТЕРБУРГЕ ТАКЖЕ ЗАФИКСИРОВАНО СНИЖЕНИЕ, ХОТЬ И НЕБОЛЬШОЕ. ДЕНИС КОЖИН

Международная консалтинговая компания Knight Frank обновила данные индекса цен на элитную недвижимость Prime Global Cities Index (PGCI) за третий квартал 2020 года. Так, к сентябрю текущего года в 45 анализируемых городах цены выросли в среднем на 1,6% в годовом исчислении. Рейтинг возглавил Окленд с ростом показателя на 12,9% за год. Манила (+10,2%) и Шэньчжэнь (+8,9%) заняли оставшиеся места в тройке лидеров. Москва за период со второго по третий квартал 2020 года переместилась с четвертой на 22-ю позицию (+1,3% за год), демонстрируя отрицательную динамику стоимости в квартальном исчислении (–1,4%). Санкт-Петербург поднялся с 36-й на 31-ю строчку: падение цен составило –0,6% за год и –1,4% за квартал.

В первую десятку городов по росту цен на элитное жилье вошли Окленд (12,9%), Манила (10,2%), Шэньчжэнь (8,9%), Торонто (8,4%), Сеул (7,4%), Цюрих (7,3%), Ванкувер (6,6%), Лос-Анджелес (6,2%), Женева (6,1%) и Шанхай (5,7%). Кварталом ранее Окленд с показателем –0,7% занимал лишь 33-е место рейтинга. Париж, входивший в топ-10 списка, опустился на 29-ю строчку по итогам третьего квартала 2020 года. При этом следует отметить устойчивость показателей ряда других городов, в том числе Манилы, Сеула, Цюриха и Женевы, Стокгольма, а также восстановление китайских городов, таких как Шэньчжэнь и Шанхай.

«Тихие гавани» — страны, которые эффективно справились с пандемией или применили менее строгие ограничительные меры, а также рынки, на которых уже наблюдается экономический подъем, поднялись в рейтинге на более высокие позиции. В условиях ограничений на путешествия, действующих во многих странах, укрепляется внутренний спрос.

Северная Америка не только занимает три места в первой десятке рейтинга — Торонто (8%), Ванкувер (7%) и Лос-Анджелес (6,2%),— но и по итогам третьего квартала опережает Австралазию и становится одним из сильнейших регионов мира. Восстановление Ванкувера продолжается: после введения налога 20% для иностранных покупателей он занимал последние позиции рейтинга в течение четырех лет. Однако низкие ставки по ипотечным кредитам и рост спроса после периода изоляции привели к тому, что к сентябрю продажи рядом с Большим Ванкувером достигли уровня в 3643 сделки, увеличившись на 56% за год.

Во времена неопределенности покупатели относятся к элитной недвижимости с большим интересом — подобная ситуация наблюдалась и в 2008 году. Сейчас, в условиях волатильности на фондовых рынках, нависшим над Европой Brexit, последствиями президентских выборов в США, а также в связи с ожиданием новых волн пандемии, на первый план выходит качество недвижимости как безопасного и материального актива.

Ольга Широкова, директор департамента консалтинга и аналитики Knight Frank, отмечает, что в третьем квартале 2020 года на рынке элитной жилой недвижимости Москвы было зафиксировано техническое снижение средневзвешенной цены. Дело в том, что по большинству проектов и районов отмечался рост цен на уровне 5–7% за квартал, но выход масштабного проекта Victory Park Residences по стартовым ценам, которые существенно ниже средних по рынку, привел к снижению среднего показателя на 1,4% за квартал, практически обнулив годовой прирост. Без учета этого проекта средневзвешенная цена выросла на 9% в годовом выражении. На конец сентября цена предложения для элитных новостроек составила 852 тыс. рублей за квадратный метр. До конца года планируется выход нового довольно крупного проекта в высоком ценовом сегменте, что, по оценке консультантов компании Knight Frank, позволит Москве вернуться в лидеры рейтинга.

Марина Шалаева, директор департамента зарубежной недвижимости и частных инвестиций Knight Frank, говорит: «Мы видим превалирование азиатских городов среди лидеров рейтинга, обусловленное тем, что рынки данного региона начали восстановление после карантина уже с февраля этого года. Так, был реализован отложенный спрос со стороны инвесторов, активно вкладывающихся в сектор недвижимости, поступления в который составляют значительную часть ВВП стран Азии. В Европе, напротив, за лето спрос не успел полностью восстановиться, а затем началась вторая волна пандемии, поэтому большинство европейских городов не вошло в десятку лидеров рейтинга. При этом наиболее востребованным направлением при покупке жилой недвижимости для наших клиентов остается именно Европа — благодаря программам ВНЖ и наличию излюбленных курортных локаций, а также возможности получить наиболее привлекательные условия покупки жилья, в том числе и дисконт. Европейская недвижимость имеет хороший инвестиционный потенциал, а также отличается географической доступностью ввиду коротких перелетов. Среди участников рейтинга наиболее популярными для россиян остаются Цюрих и Женева — это стабильные локации Швейцарии, обладающие инвестиционным потенциалом. Многие клиенты отправляют туда учиться своих детей, а также рассматривают их для переезда. Кроме того, среди наших клиентов традиционно пользуются спросом такие направления, как США и ОАЭ».

Николай Пашков, генеральный директор Knight Frank St. Petersburg, добавляет: «В Санкт-Петербурге индекс цен на элитную недвижимость показал слабоотрицательную динамику (–0,6% за год и –0,1% за квартал). Инвестиционный характер сделок, а именно приобретение квартиры с целью сохранения денежных средств, способствовал смещению спроса в сторону первичного рынка, где был зафиксирован существенный прирост цен (+9% за год и +3% за квартал). Вторичный рынок показал меньший спрос, а также сокращение ликвидного предложения в продаже. В условиях неопределенности и кризиса в экономике собственники не стремились к продаже своей недвижимости. В третьем квартале 2020 года дисконт на элитные квартиры вторичного рынка, особенно с длительным периодом экспозиции, составил в среднем 2–3% относительно прошлого периода». ■

ИНДЕКС KNIGHT FRANK PRIME GLOBAL CITIES, ИТОГИ III КВАРТАЛА 2020 ГОДА

	ГОРОД	МИРОВОЙ РЕГИОН	ИЗМЕНЕНИЕ ЗА ГОД (III КВ. 2019 Г. – III КВ. 2020 Г.)	ИЗМЕНЕНИЕ ЗА 3 МЕС. (II КВ. – III КВ. 2020 Г.)
1	ОКЛЕНД	АВСТРАЛАЗИЯ	12,90%	0,10%
2	МАНИЛА	АЗИЯ	10,20%	0,00%
3	ШЭНЬЧЖЭНЬ	АЗИЯ	8,90%	2,20%
4	ТОРОНТО	СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА	8,40%	3,80%
5	СЕУЛ	АЗИЯ	7,40%	3,90%
6	ЦЮРИХ	ЕВРОПА	7,30%	1,90%
7	ВАНКУВЕР	СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА	6,60%	1,80%
8	ЛОС-АНДЖЕЛЕС	СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА	6,20%	2,70%
9	ЖЕНЕВА	ЕВРОПА	6,10%	1,60%
10	ШАНХАЙ	АЗИЯ	5,70%	2,10%
11	САН-ФРАНЦИСКО	СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА	5,50%	1,90%
12	МАЙАМИ	СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА	4,90%	1,90%
13	СТОКГОЛЬМ	ЕВРОПА	4,60%	4,30%
14	ЭДИНБУРГ	ЕВРОПА	4,00%	2,30%
15	ФРАНКФУРТ	ЕВРОПА	3,80%	1,80%
16	СИДНЕЙ	АВСТРАЛАЗИЯ	2,30%	-1,50%
17	ПЕРТ	АВСТРАЛАЗИЯ	2,20%	-1,30%
18	ГОЛД-КОСТ	АВСТРАЛАЗИЯ	1,80%	-0,70%
19	ГУАНЧЖОУ	АЗИЯ	1,60%	1,70%
20	ВЕНА	ЕВРОПА	1,50%	0,10%
21	ТОКИО	АЗИЯ	1,30%	-0,20%
22	МОСКВА	РОССИЯ И СНГ	1,30%	-1,40%
23	БРИСБЕН	АВСТРАЛАЗИЯ	1,10%	-1,40%
24	БЕРЛИН	ЕВРОПА	0,90%	1,40%
25	ТАЙБЭЙ	АЗИЯ	0,70%	0,00%
26	МЕЛЬБУРН	АВСТРАЛАЗИЯ	0,30%	-0,70%
27	ДЕЛИ	АЗИЯ	0,20%	-0,10%
28	БУХАРЕСТ	ЕВРОПА	0,10%	0,10%
29	ПАРИЖ	ЕВРОПА	-0,50%	-2,10%
30	ПЕКИН	АЗИЯ	-0,50%	0,60%
31	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РОССИЯ И СНГ	-0,60%	-0,10%
32	ДЖАКАРТА	АЗИЯ	-1,00%	0,00%
33	МУМБАИ	АЗИЯ	-1,30%	-0,70%
34	БАНГАЛОР	АЗИЯ	-1,40%	-1,50%
35	МОНАКО	ЕВРОПА	-3,30%	0,00%
36	МАДРИД	ЕВРОПА	-3,50%	-1,60%
37	КУАЛА-ЛУМПУР	АЗИЯ	-3,60%	-1,10%
38	ДУБАЙ	БЛИЖНИЙ ВОСТОК	-3,70%	-1,70%
39	ДУБЛИН	ЕВРОПА	-4,10%	-0,30%
40	НЬЮ-ЙОРК	СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА	-4,10%	-1,30%
41	ЛОНДОН	ЕВРОПА	-4,50%	0,20%
42	НАЙРОБИ	АФРИКА	-5,30%	-1,10%
43	ГОНКОНГ	АЗИЯ	-5,40%	-1,50%
44	БАНГКОК	АЗИЯ	-6,00%	0,00%
45	СИНГАПУР	АЗИЯ	-6,10%	-1,10%

ИСТОЧНИК: KNIGHT FRANK RESEARCH, 2020

FAMILIA

ДОМ НА ПЕТРОВСКОМ

НОВОГОДНЕЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

С ВЫГОДОЙ ДО 600 ТЫС. ₽

Жилой комплекс Familia — камерный проект премиум-класса на Петровском острове. Близость к Крестовскому острову и историческому центру города делают Петровский идеальным местом для тех, кто может себе позволить уединение в сердце Петербурга.

РСТИ Росстройинвест

812 603 57 39 | rsti.ru

*ЖК «Фамилия». Застройщик ООО «РСТИ-Фамилия». Проектная декларация на сайте наш.дом.рф. Адрес участка: г. Санкт-Петербург, Петровский пр., дом 20, лит. С. Условия и описания акции на сайте rsti.ru. Реклама

ВЫСОКИЙ СЕГМЕНТ «КОСЯКОВ» НЕ ПРОЩАЕТ

В НАЧАЛЕ СТАНОВЛЕНИЯ РЫНКА ЭЛИТНОЙ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ СЧИТАЛОСЬ, ЧТО ХОРОШАЯ ПЕРЕПЛАНИРОВКА И ДИЗАЙН МОГУТ СПАСТИ ДАЖЕ САМУЮ НЕУДАЧНУЮ КВАРТИРУ. СЕГОДНЯ ЖИЛЬЕ В ВЫСОКИХ СЕГМЕНТАХ СРАЗУ ПРОЕКТИРУЕТСЯ С УЧЕТОМ МИРОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ДИЗАЙНА ИНТЕРЬЕРОВ, РАССКАЗЫВАЕТ ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ КОМПАНИИ LEGENDA INTELLIGENT DEVELOPMENT ВСЕВОЛОД ГЛАЗУНОВ.

БЕСЕДОВАЛА ВЕРОНИКА ЗУБАНОВА

GUIDE: Какие изменения происходят на рынке премиальной недвижимости с точки зрения планировочных решений?

ВСЕВОЛОД ГЛАЗУНОВ: Глобальный тренд, который захватывает абсолютно все сегменты, связан с рациональным подходом к приобретению квартир. Мы видим, что покупателю больше неинтересно просто много метров, а интересно, как он в этих метрах будет жить. И в зависимости от того, в каком классе мы работаем, приоритеты расставляются по-разному. Например, в нижних сегментах в первую очередь важно размещение максимума на имеющихся квадратных метрах в запланированном бюджете,— то есть рациональная функция полностью в приоритете. По мере движения сегмента вверх все то, что связано с функциональностью и базовым комфортом, становится must have. Если в квартире не решены функциональные задачи, о ней вообще никто не хочет разговаривать, вне зависимости от площади.

G: То есть только «функционального проектирования» в сегментах выше, чем комфорт, уже недостаточно?

В. Г.: Совершенно верно. Следующий уровень, который формирует тренд в среднем и высоком сегменте,— это воплощение девелопером идей и мечтаний покупателей о той жизни, которую они себе представляют, то есть работа по формированию впечатлений.

При этом что в Петербурге, что в Москве мы в премиальном сегменте имеем насыщенный рынок. Основной спрос удовлетворен, прослойка людей, способных покупать премиальную недвижимость, стабилизировалась. Для того чтобы кто-то из них решил поменять квартиру без особой на то потребности, нужны очень серьезные мотивы.

G: Какими могут быть эти мотивы?

В. Г.: Новая дорогая квартира покупается ради эмоций и впечатлений — можно сказать, она покупается, чтобы воплотить мечту. Это тренд, одновременно связанный и с быстрым моральным устареванием недвижимости, в том числе и дорогой (об этом мы сейчас много говорим), и с влиянием модных дизайнерских тенденций. А так как подход потребителя сегодня рационален, то он хочет видеть, как на площади, которую он собирается покупать, реализуются те интерьерные идеи и возможности, ради которых он идет на смену квартиры. И это не просто правильно подобранные цвета и мебель. Сегодня интерьер — это целый сценарий, в основе которого прежде всего дизайн, пропорции и обеспечение возможностей для использования фактуры материала.

G: И что изменится?

В. Г.: Если использовать этот подход, то в вашей жизни изменится сама жизнь. Для начала у вас будет другой уровень комфорта и безопасности, а если говорить о квартире — у вас будет ваш индивидуальный интерьер, идеально подходящий именно вам.

G: Что для этого должен делать девелопер?

В. Г.: При проектировании квартир обязательно нужно продумывать сценарии жизни — это задача функционального проектирования. Конечно, с помощью качественного дизайн-проекта можно в какой-то мере «вытянуть» функционал даже самой неудачной планировки, но гораздо лучше, когда девелопер изначально продумывает функционал помещения с учетом современных трендов в оформлении жилых пространств, прибавляя к базовым функциональным решениям еще и интерьерные решения. Это правильно поставленные стены, правильно расположенные сети, правильно организованные возможности для организации пространства с точки зрения будущего зонирования, дизайна, расстановки предметов мебели. Вплоть до того, какие виды из каких окон будут открываться.

G: А что, это так важно?

В. Г.: Из нужных окон должны быть нужные виды, а не «как получится». Например, красивый вид на город прибавляет эмоциональной ценности — прежде всего гостиной. Если же красивый вид на город открывается из окна спальни — это тоже хорошо, но в гостиной ценность вида из окна выше. Сегодня мы видим и другой тренд, связанный с глобальным изменением жизни горожан: люди все меньше и меньше используют в квартире одни функции, которые из основных становятся вспомогательными, и, наоборот, больше значения придают ранее недооцененным и менее востребованным сценариям.

G: Что в обязательном порядке должны сегодня в себя включать квартиры недвижимости высокого сегмента?

В. Г.: В высоких сегментах мы говорим в большей степени о продуманности сценариев жизни, включая правильную и современную расстановку мебели, новые тренды в зонировании пространства с помощью интерьерных решений, новый взгляд на естественное освещение…

G: И все-таки, что конкретно?

В. Г.: Полноформатные мастер-спальни — с гардеробной и собственной ванной комнатой — это уже must have, а не дополнительная опция в квартире, которую раньше создавали при помощи перепланировок. Так называемые сервисные помещения — гардеробные, прачечные, кладовые — тоже must have и тоже полноценные комнаты: там стирают, сушат и гладят белье, хранят вещи и хозяйственный инвентарь. То есть не просто приоткрыть дверь, схватить нужное и выскочить, пока все остальное на голову не посыпалось,— а зайти и заняться делом. Никакого хозяйственного инвентаря, бытовой химии и стиральных машин в ванной комнате быть не должно — для этого есть прачечная.

G: А что же тогда происходит в ванной комнате?

В. Г.: Санузел — это второе по важности пространство, где потребитель начинает самовыражаться. Дело в том, что это самое дорогое с точки зрения цены на квадратный метр помещение. И оно давно перестало быть чисто утилитарным, превратившись в комфортные комнаты с красивыми интерьерами. Сегодня начинают набирать популярность мастер-санузлы с зонами для спа-процедур и прочего релакса. Возьмем участие санприборов в интерьере — они должны быть и красивы, и правильно расположены. Это продумывается на стадии проектирования, закладывания инженерных сетей — все должно быть скрыто в стенах, «зашито». Говоря об отделке — модные крупноформатные элементы дизайна в маленьких помещениях не смотрятся: если вы попробуете сделать красивую крупную плитку в маленьком санузле — будет смешно и грустно. Все это тоже требует и пространства, и правильного зонирования.

G: В одной из наших прошлых бесед вы много внимания уделили изменениям в организации пространства кухни-гостиной, которые даже назвали тектоническими…

В. Г.: Если раньше кухня была исключительно функциональным помещением, где готовят, то сейчас все больше и больше кухня становится частью интерьера, растворяется в нем, либо, наоборот, превращается в отдельный объект, вокруг которого строится дизайн всей зоны. Кухня может в разных семьях иметь совершенно различное функциональное назначение. Как следствие, и наполнение, и оформление этих помещений — и, соответственно, требования к планировке — будут сильно отличаться друг от друга.

Если семья любит собираться за общим столом или приглашать гостей, то кухня должна включать в себя полноценную зону готовки и столовую. При этом сценарии могут быть разными: вы стряпаете всей семьей, учите детей готовить, экспериментируете вместе с друзьями, которые приходят в гости, и все вместе потом вкушаете результаты этих экспериментов — это один вариант. Вы принимаете гостей в парадной столовой и предпочитаете, чтобы все секреты готовки, грязная посуда и прочее было скрыто от посторонних глаз,— совершенно другой.

G: А если, как вы говорите, мы едим в ресторанах?

В. Г.: Если вы дома почти не готовите, то постараетесь спрятать необходимый минимум кухонного оборудования, например, в шкафы-пеналы. Объединение кухни с гостиной (или столовой) привело к еще одному интересному тренду: все чаще при оформлении кухни ее стараются сделать незаметной, чтобы помещение в целом выглядело именно гостиной комнатой. А маленький столик для завтраков расположить в нише. Но если при этом вы приглашаете подруг в пятницу вечером выпить по коктейлю,— вам может понадобиться организовать коктейльную зону — не «втиснутая» между мебелью, и не в проходном коридоре, а расположенная в эркере или в специально выделенной нише у окна.

G: Все эти сценарии очень интересны, но сколько же для этого необходимо пространства?

В. Г.: Если нет большой площади, не получается качественного зонирования. Кухня-столовая-гостиная не делится на эти нужные сегодня три основных зоны. А если красиво не делится — это неинтересно. Living area — это основная зона, в которой реализуется мечта потребителя, она определяет интерьер. Кроме того, для недвижимости высокого сегмента в пространстве living area уже недостаточно трех функциональных пространств, появляются дополнительные зоны, которые делают помещение, с одной стороны, удобнее, а с другой — красивее.

Даже коридор может из проходной зоны превратиться в функциональную и эстетически привлекательную, если отказаться от отделения его от комнаты стеной и включить его площадь в гостиную, зрительно отделив проход стильными стеллажами или шкафами-пеналами.

G: Даже само слово «коридор», кажется, имеет негативную коннотацию…

В. Г.: Что такое коридор в нашем понимании? Коммуникационное пространство. Для того чтобы дойти до комнаты, надо пройти темный тамбур и длинный узкий проход, из которого в комнаты ведут дверки. Сегодня одно из решений — это когда гостиная включает в себя коридор, и именно из нее осуществляется коммуникация со всеми другими частями квартиры. В этом случае у вас появляется светлая прихожая — и нет технического тамбура, вы входите в квартиру и сразу видите красивую гостиную. А двусторонние ниши со встроенными шкафами позволят организовать места для хранения и сделать их красивыми.

G: Увеличение метража — тоже тренд?

В. Г.: В среднем и высоком сегментах интерес к дополнительным площадям вырос, потому что появилась потребность в дополнительных функциях — и это связано в первую очередь с ограничениями



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

из-за пандемии: необходимость выделения специального места для работы у многих возникла именно во время самоизоляции. Мы в наших мастер-спальнях стали предусматривать пространство для работы, хобби и физкультуры.

А вот глобальный «переворот» в организации кухни-гостиной связан не с пандемией, а с изменением культуры еды, особенно в больших городах. Но здесь гораздо важнее метров грамотное сценарное проектирование. Если квартира проектируется без учета этих дизайнерских требований, этой геометрии пространства, если о ней не позаботились заранее, в ней может, например, оказаться (как было когда-то давно-давно) узкая 13-метровая кухня. И у вас будет кухня-вагон, из которой ничего не сделаешь,— просто потому что пропорция неправильная.

G: Каких решений от проектировщика требуют современные интерьерные тренды?

В. Г.: Помимо запроса на функциональность, выделяются дизайнерские тренды, связанные с использованием крупных форматов, больших поверхностей, натуральных материалов. Вся эта красота требует не только метров, но и правильно организованных стен. Чтобы можно было создать современный интерьер, нужно учитывать геометрию и функциональное назначение помещения, взаимодействие этих функций, логистику движения в квартире и много других нюансов.

Если вы хотите фактурную стену из натуральных ламелей, то кто-то должен подумать, где будут стоять шкафы, диван, где будет висеть телевизор, чтобы эта стена могла появиться. Вы не должны выбирать между шкафом и красивой стеной.

Можно «выстроить» рабочую зону, кухонный остров и обеденный стол по одной оси — и будете в одной части готовить и принимать пищу, а в другой — беседовать и смотреть футбол или кино, расположившись в креслах или на диване. А если эта линия будет идти параллельно окнам, то это добавит естественного света и приятный эмоций от вида за окнами. Согласитесь, далеко не каждая планировка позволяет это сделать!

G: И как воплощаются эти решения?

В. Г.: Геометрия помещения должна позволять вам реализовать именно тот сценарий, который вы хотите. Например, одним из хитов среди актуальных трендов стала кухня-невидимка, когда часть рабочей зоны и полностью все, что связано с готовкой (мойка, разделочные столы, бытовая техника, утварь), и, конечно, коммуникации (трубы, провода), спрятаны от глаз. Это тот случай, когда гости и члены семьи не должны мешать приготовлению пищи, а рабочий беспорядок не будет нарушать уют гостиной. Кухонные атрибуты «зашивают» в специальные шкафы, и вид «работающей» кухни появляется только тогда, когда это нужно. Растворение кухонного оборудования требует не только геометрической проработки. Если вы хотите поставить двойной холодильник, высокий длинный шкаф с духовкой и микроволновкой и хотите, чтобы это не было по краям кухни, а было интегрировано в стену, то в этой стене должна появиться ниша.

Отдельные «тематические» закутки в гостиной, места для занятий спортом или хобби, гардеробные в мастер-спальнях, make-up-зоны, обособленные игровые в детской — обо всем этом надо подумать на этапе проектирования. А такой элемент дизайна, как угловое окно, вообще достигается только архитектурным решением.

G: Давно ли на рынке недвижимости существует сценарное проектирование и есть ли уже реализованные примеры таких проектов?

В. Г.: Во всех проектах, которые мы сегодня выводим на рынок в среднем и высоком сегментах, присутствуют квартиры, которые проектируются под будущий модный интерьер. Однако пока мы не видим, чтобы остальные девелоперы с этим сильно работали. В настоящий момент рынок идет по пути приспособления существующего к нужному. Но наш профессиональный опыт и профессиональный взгляд говорят о том, что если базовая планировка изначально не спроектирована под нужное, то это нужное вписывается тяжело или недостаточно органично. Уверен, что сценарное и интерьерное проектирование станет определенным трендом, потому что, повторюсь, реализованные с его применением проекты — это серьезная причина для покупателя сменить недвижимость. Премиальные, высокие сегменты сейчас испытывают определенный дефицит спроса, он не тотальный, нельзя говорить, что премиальный рынок недвижимости рухнул. Но он насыщен, сбалансирован. И, как и на всех нормальных насыщенных рынках, предложение превышает спрос, растет конкуренция, а значит, должно повышаться качество и лучше продумываться содержание.

G: А сколько такой подход добавляет к стоимости квартиры?

В. Г.: Сейчас речь идет не о стоимости, а о ликвидности. Квартира, которая не проектируется по современным требованиям, не соответствует современным запросам потребителя и становится неликвидной. Если в нижних сегментах различные «продуктовые косяки» потребителем прощаются в силу цены (просто что-то стоит дороже, что-то дешевле, но все покупается, потому что там большая неудовлетворенность в недвижимости), то в верхних сегментах эти квартиры просто никто не станет покупать. И мы уже видим это в Петербурге: потихонечку начинает расти объем квартир, которые не продаются. Потому что они либо имеют функциональные проблемы, либо неактуальны, либо просто неинтересны и не вызывают у человека желания изменить свою жизнь. Если квартира вашу жизнь никак не меняет, зачем ее покупать, тем более дорого? Мы говорим не о том, что это добавляет к стоимости квартиры, а о том, что если этот подход не использовать, то квартира, каким сегментом ее ни обозначь, обесценивается. ■

ОТДОХНУТЬ ОТ ПАНДЕМИИ

ХОТЯ НА ФОНЕ ОГРАНИЧЕНИЙ, СВЯЗАННЫХ С ПАНДЕМИЕЙ КОРОНАВИРУСА, САНАТОРИИ И КУРОРТЫ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ СОСТАВИЛИ КОНКУРЕНЦИЮ ЗАРУБЕЖНЫМ, ЭКСПЕРТЫ СЧИТАЮТ, ЧТО ЭТОТ РЫНОК ПОКА НЕ ВХОДИТ В ЧИСЛО НАИБОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ДЛЯ ИНВЕСТИЦИЙ. КСЕНИЯ ПОТАПОВА



АНАТОЛИЙ ЖДАНОВ

САНАТОРНО-КУРОРТНЫЙ СЕГМЕНТ ПОКА ТРУДНО НАЗВАТЬ ОДНИМ ИЗ НАИБОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫХ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

По данным Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС), в 2019 году в России действовало 1777 санаторно-курортных организаций (СКО), из них 23 — в Петербурге и 24 — в Ленинградской области.

По подсчетам Vademecum, в 2018 году выручка топ-100 игроков отечественной санаторно-курортной индустрии составила 73,8 млрд рублей. При этом в первой сотне оказались только две петербургских организации: ГБУ «Детский санаторий „Солнечное“» (43-е место; 621,1 млн рублей) и ГБУ «Детский санаторий „Реабилитационный центр «Детские дюны»“» (87-е место; 420,1 млн рублей).

Эксперты отмечают, что в настоящее время направление санаториев и курортов Петербурга и Ленобласти не испытывает серьезного подъема. Тем не менее на фоне пандемии и закрытия границ внутренний туризм стал представлять больший интерес не только для отдыхающих на бюджетных зарубежных курортах, но и для обеспеченных людей, рассчитывающих на определенный уровень сервиса и расширенный перечень услуг. «С этой стороны Северо-Западное направление России (включая Петербург, Ленобласть, а также Карелию) выглядит достаточно перспективно,— говорит Алексей Кричевский, эксперт Академии управления финансами и инвестициями.

При этом, как отмечает Татьяна Козлова, старший руководитель проектов, направление «Оценка и финансовый консалтинг» группы компаний SRG, более половины текущих мощностей СКО Ленинградской области требует модернизации. Кроме того, меняются рынок и потребности. Если раньше был актуален большой номерной фонд, то теперь «муравейники» все меньше привлекают пациентов. Старшее поколение не может себе позволить загородные оздоровительные программы без субсидирования со стороны муниципальных властей, а молодому формат многоэтажных санаториев-профилакториев не нравится.

Кроме этого, многие узкопрофильные СКО стали широкопрофильными и нацеленными на получение прибыли, а не на достижение результатов от реабилитации и выздоровление. В результате объекты рекреации вблизи Петербурга, отвечающие современным требованиям, слишком дороги, а по доступным ценам предпочтительнее съездить в Карелию или Новгородскую область.

Татьяна Козлова обращает внимание, что в последние годы инвестиции в объекты здравоохранения осуществляются преимущественно в части государственного финансирования больниц и поликлиник. В санаторно-курортных объектах обновляется лишь номерной фонд. Строительство доступных СКО не ведется. «При этом новые объекты, как правило, оказывают услуги в сегментах Upper Upscale и Luxury. С этим связана основная проблема местного рынка: отсутствие достаточного современного предложения в среднем ценовом сегменте»,— добавляет Кирилл Агапов, совладелец и управляющий партнер группы компаний Umbrella Hospitality.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ Анна Сигалова, директор департамента финансовых рынков и инвестиций Colliers International, отмечает, что санаторно-курортный сегмент пока трудно назвать одним из наиболее привлекательных с точки зрения инвестиций. «За последние пять лет было заключено несколько крупных сделок на этом рынке. В 2016 году холдинг RBI Эдуарда Тиктинского приобрел у ОАО „Санаторий «Сестрорецкий курорт»“ три здания на территории курорта под реновацию. На данный момент там реализуется апарт-отель с лечебным уклоном „Русские сезоны“. В 2018 году структуры „Газпрома“ приобрели санаторий „Дюны“ на берегу Финского залива. Участок находится менее чем в 30 км от „Лахта-центра“, будущей штаб-квартиры компании. В августе 2020 года Российский аукционный дом по поручению Агентства по страхованию вкладов продал пятиэтажный гостиничный комплекс „Потемкин“ в Пушкине»,— поясняет эксперт.

В группе RBI сообщили, что компания реконструировала два советских «хрущевских» корпуса и восстановила из руин дореволюционное здание Лесного корпуса санатория «Сестрорецкий курорт». «Реализация данного проекта позволила владельцам „Сестрорецкого курорта“ получить дополнительные финансовые ресурсы для модернизации своего санатория, развития инфраструктуры и спектра услуг, а также привлечь к себе на курорт новую платежеспособную аудиторию. Инвестиции в реконструкцию зданий, инженерных сетей и насосной станции на территории санатория со стороны RBI составили более 1,6 млрд рублей. Компания также софинансировала асфальтирование дорог, обустройство дорожек для терренкура»,— рассказал Эдуард Тиктинский, президент группы RBI.

Андрей Тетыш, основатель АРИН и член «Клуба лидеров» в Санкт-Петербурге и Ленобласти, отмечает, что в области вокруг мегаполиса пик инвестиционной активности и появления новых проектов был несколько лет назад, когда открывались такие места, как Игора, Охта-Парк. За последние пять-шесть лет каких-то ярких и интересных объектов туристической инфраструктуры не было.

Эксперт поясняет, что на это есть несколько причин. Во-первых, областной рынок достаточно насыщен такого рода проектами. Во-вторых, все, что связано с развитием туристической инфраструктуры,— это долгие инвестпроекты, окупаемость которых в среднем составляет пятнадцать и более лет. При этом сам бизнес имеет много особенностей, в частности, высокие капитальные затраты на старте и необходимость поддержания в хорошем состоянии и модернизации территории и имущества. В условиях существующей неопределенности и падения покупательной способности, усугубляемых пандемией COVID-19, инвесторов, готовых вкладывать деньги в этот рынок, фактически нет.

Кроме этого, так как вся инфраструктура привязана к мегаполису, проекты в этой сфере имеют ярко выраженные колебания спроса в будние и выходные дни, а также сезонные падения. В таких условиях выживают те, кому удается достичь более или менее равномерной загрузки. Способы у всех разные, зачастую локальные или нишевые: например, медицинские и косметологические услуги, реабилитация, вечерний досуг, проведение мероприятий (конференций, тимбилдингов). «При этом, несмотря на все вышеперечисленные факторы, у рынка есть еще нереализованный потенциал, связанный в основном с нишевыми проектами»,— считает господин Тетыш.

НОВЫЕ ТРЕНДЫ Новым трендом санаторно-курортной индустрии не так давно стали курорты prevent age. За последние два года в Ленинградской области открылись два курорта премиум-класса «Первая линия. Health Care Resort» (2018 год, Зеленогорск) и X-Clinic (2019 год, поселок Репино).

Курорт «Первая линия. Health Care Resort» был реализован в Курортном районе Петербурга компанией ООО «Лайф Энерджи». Изначальный объем инвестиций составил 1,5 млрд рублей. В пресс-службе «Первой линии» отметили, что сейчас проект стремительно развивается, что отражается на темпах роста абсолютных показателей. Что касается окупаемости инвестиций, то организация двигается в соответствии с планом финансовой модели.

Год спустя в поселке Репино открылась близкая по профилю X-Clinic. Клиника расположилась на территории апарт-отеля X-Home, построенного компанией «Территория инвестиций». Инвестиции в проект, по данным Vademecum, на начальном этапе оценивались в 1,5 млрд рублей, еще 500 млн предполагалось вложить в расширение спа- и релакс-зон.

Алексей Кричевский отмечает, что премиальные курортные комплексы Ленинградской области — это один из редчайших кейсов в туриндустрии, где локдаун в результате пошел владельцам на пользу. «Пионерам» данного направления повезло с таймингом запуска и компетентностью PR-команд. «Агрессивная пиар-политика привлекла на курорты значительное количество клиентов, что позволяет „Первой линии“ и X-Clinic надеяться на окупаемость на горизонте двух-трех лет. Но для других желающих построить нечто подобное проблема будет заключаться в том, что границы постепенно открываются, в результате придется закладывать больше мощностей в раскрутку и сервис. Для этого сегмента туристического рынка большее влияние имеют лояльность и „сарафанное радио“, определенные акционные предложения, а не прямая или косвенная реклама. Здесь важен статус не только заведения, но и тех отдыхающих, которые его посещали или находятся там в данный момент. Поэтому при наиболее благоприятных условиях полная окупаемость для новых проектов может быть достигнута не ранее пяти лет»,— заключает он. ■

ПОТЕНЦИАЛ РЫНКА БОЛЬШОЙ, НО ПРОДУКТА НЕТ

О ПОСЛЕДНИХ ТЕНДЕНЦИЯХ РЫНКА ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ УВЛАЖНЕНИЯ В ДОМАХ И КВАРТИРАХ КОРРЕСПОНДЕНТУ GUIDE КСЕНИИ ПОТАПОВОЙ РАССКАЗАЛА ИРИНА БЕРНШТЕЙН, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ CONDAIR RUSSIA. ПО ЕЕ МНЕНИЮ, СЕЙЧАС НА РЫНКЕ СЛОЖИЛАСЬ ИНТЕРЕСНАЯ СИТУАЦИЯ: ПОТЕНЦИАЛ БОЛЬШОЙ, НО КАЧЕСТВЕННЫЕ ПРОДУКТЫ ТОЛЬКО ПОЯВЛЯЮТСЯ.



ЕВГЕНИЙ КИСЕЛЕВ

G: Компания Condair производит увлажнители воздуха для музеев, медицины, промышленности, но недавно она вывела на рынок продукт для жилых помещений. Вы считаете это направление перспективным?

ИРИНА БЕРНШТЕЙН: До недавнего времени увлажнение воздуха устанавливали там, где это было предписано технологиями. И предназначалось оно преимущественно для «предметов неодушевленных». Но несколько лет назад возникла тенденция «увлажнения воздуха для человека». Ее появление стимулировало стремление к здоровому образу жизни и эффективности на работе, а также научные исследования, доказавшие, что низкая влажность воздуха, особенно в отопительный период, опасна для здоровья.

Например, в Петербурге увлажнение воздуха в домах, квартирах и офисах необходимо во время всего отопительного периода, когда уровень влажности в данных помещениях опускается до 12% (примерно как в пустыне). При этом воздух буквально забирает влагу отовсюду: с кожи, слизистых глаз и носоглотки, из предметов интерьера, музыкальных инструментов, паркета, книг.

G: Насколько велик сегодня рынок увлажнителей для жилых помещений, каков его потенциал?

И. Б.: Сейчас на рынке сложилась интересная ситуация: потенциал большой, но специальных увлажнителей для домов и квартир до сих пор не было. То есть, конечно, производители бытовых увлажнителей наводнили его своей продукцией. Но проблема в том, что это — компании широкого профиля, которые производят фены, утюги и прочую бытовую технику. Они просто среагировали на растущий спрос, но выдали, что называется, «игрушки» для очистки совести покупателей.

Профессиональные системы увлажнения, созданные для промышленных объектов, пытались и пытаются приспособить для жилых помещений. При этом запросов от потенциальных покупателей производителям поступает много. Например, у нас это около 30 звонков в день. В каждой ситуации мы стараемся найти решение, или все же «подогнать» профессиональное оборудование, или предложить нашу новую систему увлажнения. Безусловно, встает вопрос цены: качественный увлажнитель, который обеспечит гигиену и нужный уровень влажности, обойдется минимум в две тысячи евро. Поэтому бывают случаи, когда мы просто консультируем людей.

G: То есть как такового решения проблемы увлажнения для жилых помещений фактически нет?

И. Б.: Можно сказать так: есть, но, к сожалению, оно не для всех. В прошлом году Condair впервые в мире выпустила бесшумную, высокогигиеничную систему увлажнения для домов и квартир, которая может регулировать влажность воздуха по комнатам или зонам и ею можно управлять со смартфона, она может быть подключена к системе «умного дома» и принимать команды дистанционно. Но цена одного увлажнителя в составе такого инновационного решения составляет около €15 тыс. Если учесть, что на разработку инновации потребовалось около 15 лет, то продукта для масс-маркета от производителей можно ожидать не ранее, чем через десять лет.

G: Один из главных вопросов, волнующих потребителя: какая вода используется в увлажнителях?

И. Б.: В случае с бытовым увлажнителем должна использоваться самая чистая вода, которая возможна. Если говорить о Петербурге, то воду, отфильтрованную в бытовом фильтре, чистой считать нельзя. То есть она, возможно, подходит для питья, но не для увлажнения, так как содержит много примесей. Причем здесь вода еще достаточно мягкая по сравнению с Москвой или южными регионами. Кипячение тоже результата в этом смысле не даст. Оно только минимизирует количество бактерий, но с этой задачей справляется и ГУП «Водоканал». А если кипяченая вода будет стоять больше двух часов, в ней снова начнется «жизнь». Поэтому в бытовой увлажнитель можно наливать воду прямо из-под крана, но при этом стоит чаще мыть его изнутри. Для профессиональных адиабатических увлажнителей (и на производствах, и в жилых помещениях) всегда устанавливается система водоподготовки, очищающая поступающую проточную воду от солей и других примесей.

G: То есть основное преимущество профессионального оборудования — в спецподготовке воды?

И. Б.: Не только. Ведь вопрос не только в том, чтобы достичь определенного уровня влажности, но и чтобы удержать его. В музеях и на многих производствах крайне важно поддерживать постоянный уровень влажности, например, 45% при температуре 22°C. При этом для частного клиента еще важна зональность. Предположим, что у владельцев частного дома в одной комнате находятся картины или рояль, в другой — гардеробная с шубами, а в третьей — экзотические животные. И в каждой из них нужно обеспечить свой уровень влажности. Если установить увлажнитель в центральной приточно-вытяжной вентиляции, этот уровень во всем доме будет одинаковый. Поэтому приходится использовать индивидуальные решения и в некоторых комнатах размещать доводчики увлажнения.

G: В каких сегментах жилой недвижимости сегодня чаще всего находят применение профессиональные системы увлажнения?

И. Б.: Преимущественно в сфере элитной недвижимости (в бизнес- и элит-классе). Причем девелоперы нередко используют установку систем увлажнения в жилых помещениях в качестве дополнительного аргумента при продаже. В сегментах, где у людей есть средства и определенный уровень знаний или запросов, жилье без увлажнения воздуха сейчас не сдать в аренду и не продать.

Также растет востребованность оборудования для увлажнения воздуха в деревянном домостроительстве, которое активно развивается, например, в Ленобласти, поскольку в деревянных домах увлажнение воздуха необходимо не только для жильцов, но и для самой конструкции. Кроме того, в частных домах стало популярно делать хамам, где также требуются парогенераторы.

G: Какое влияние на рынок оказала пандемия коронавируса?

И. Б.: В 2020 году в России значительно увеличились продажи оборудования в больницы, в инфекционные отделения и на фармацевтические производства. Много поставок в офисные и общественные пространства, так как уровень влажности от 40% значительно укорачивает активность вирусов. Кроме того, влажность воздуха в пределах 40–60% сохраняет в норме слизистые, что повышает естественную защиту организма. Также в текущем году много продаж в квартиры и дома, поскольку люди вынуждены много времени проводить в изоляции.

G: Каковы, на ваш взгляд, сегодня основные проблемы и тенденции развития систем увлажнения воздуха для жилых помещений?

И. Б.: Россия — одна из немногих стран, где нормы влажности от 40 до 60% на работе, дома и в общественных зданиях закреплены на государственном уровне, причем со времен СССР. Но в непростой переходный период об это «подзабыли». В результате, несмотря на то, что соблюдение норм обязательно при проектировании и строительстве жилых зданий, в этом сегменте они, как правило, не выполняются. И это в первую очередь вопрос культуры, информированности и просвещения, но и финансирования, конечно. Что называется, «низы не знают, а верхи не хотят».

В целом мы сейчас отмечаем явную тенденцию к росту оснащенности увлажнителями в сфере коммерческой недвижимости. Со временем то же самое, вероятно, будет наблюдаться и в жилой. Например, не так давно в СНиПах появилась норма о наличии приточно-вытяжной вентиляции (а значит — и техническая, и финансовая возможность создания общедомовых систем увлажнения) в многоквартирных домах. Что касается сегмента элитной недвижимости, здесь, вероятно, в ближайшей перспективе будут оборудованы увлажнителями до 100% продаваемых помещений. ■

ИПОТЕКА УХОДИТ В ОНЛАЙН

ЦИФРОВАЯ ИПОТЕКА ПОЛУЧИЛА РАЗВИТИЕ В ПЕРИОД ПЕРВОЙ ВОЛНЫ КОРОНАВИРУСА. РАЗРЕШЕНИЕ ЦБ ОТКРЫВАТЬ СЧЕТА БЕЗ ЛИЧНОГО ПРИСУТСТВИЯ И ПЕРЕНОС ВСЕХ ЭТАПОВ СДЕЛКИ В ОНЛАЙН ПОЗВОЛИЛИ МНОГИМ БАНКАМ НЕ ПРЕКРАЩАТЬ ВЫДАЧИ И ВО ВРЕМЯ КАРАНТИНА. МЕХАНИЗМ ОТЛАЖЕН, И РЫНОК ЖДЕТ СТАРТА ЦИФРОВЫХ ПРОДАЖ. ЛЮБОВЬ ВИКТОРОВА

В период самоизоляции банки получили возможность выдавать ипотеку удаленно. ЦБ разрешил открывать счета без личного присутствия клиентов по сделкам с недвижимостью (информационное письмо ЦБ от 10 апреля 2020 года № ИН-014–12/62). Благодаря этому появилась возможность осуществления онлайн-сделок. Однако эта мера действовала до 30 сентября, и теперь банки ждут дальнейших шагов регулятора.

Цифровая ипотека предполагает, что все этапы сделки проходят дистанционно — от подачи заявки до подписания документов о переходе права и кредитной документации. «С началом первой волны пандемии мы начали проводить сделки с электронной регистрацией ДДУ. Однако полностью электронными эти сделки называть некорректно. Поскольку полностью дистанционное открытие счета противоречило законодательству РФ — необходимо личное присутствие клиента в целях его надлежащей идентификации»,— рассказывает Иван Любименко, управляющий директор Абсолют-банка. В мае после разрешения ЦБ банки начали цифровые продажи.

Карантинные ограничения, связанные с пандемией, ускорили внедрение всех цифровых технологий и позволили не останавливать сам процесс кредитования, отмечает старший вице-президент, управляющий Северо-Западным филиалом банка «Открытие» Михаил Иоффе. По его словам, сейчас клиент приходит в банк только один раз — на сделку, где он совершает все необходимые операции — от открытия счета до подачи документов на регистрацию. Заказ оценки объекта недвижимости и оформление страховки через интернет-платформы банки предлагают без личного присутствия.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ЦИФРОВАЯ ИПОТЕКА ПРЕДПОЛАГАЕТ, ЧТО ВСЕ ЭТАПЫ СДЕЛКИ ПРОХОДЯТ ДИСТАНЦИОННО — ОТ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ ДО ПОДПИСАНИЯ ДОКУМЕНТОВ О ПЕРЕХОДЕ ПРАВА И КРЕДИТНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

ВСЕ ИДЕТ ПО ПЛАНУ В конце октября 2020 года Минфин представил план мероприятий по ускоренному внедрению в финансовый сектор онлайн-технологий, который содержит четыре основных направления: внедрение удаленной идентификации, обеспечение доступа финансовых организаций к актуальной информации о клиентах в электронном виде, цифровая ипотека и развитие финансовых платформ. Удаленная идентификация будет базироваться на функционале Единой биометрической системы (ЕБС) и создании системы проверки сведений об абоненте по номеру мобильного телефона.

Минфин планирует закрепить правовые основы функционирования цифрового профиля, развить функционал Единого портала Госуслуг, Единой системы идентификации и аутентификации, а также Системы межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ) при взаимодействии с финорганизациями. Предусмотрено, что все работы должны быть выполнены до середины 2021 года. Все это сделает возможным проведение полностью электронных ипотечных сделок.

Примерная модель цифровой ипотеки предполагает, что клиент заполняет заявку онлайн, указывая основные параметры необходимого кредита: срок, сумму, цель (вторичный, первичный рынок). Банк запрашивает информацию по клиенту в Госуслугах (семейное положение, образование, трудоустройство, заработную плату, наличие обязательств), проводит андеррайтинг заемщика и принимает решение. Уведомление о принятом решении с условиями кредитования направляются в личный кабинет или онлайн-банк), и клиент выбирает объект недвижимости. Документы по объекту загружаются в личный кабинет и направляются в банк на согласование.

Затем банк готовит кредитно-обеспечительную документацию, а клиент дистанционно заказывает оценку (при необходимости), обращается в страховую компанию, дистанционно открывает счет в банке (если его не было). Для проведения сделки выпускается электронно-цифровая подпись (ЭЦП). После подписания документов, кредит поступает на счет заемщика, вносятся собственные средства, открывается аккредитив. Документы, подписанные ЭЦП, отправляются на электронную регистрацию в ФРС. После регистрации договора раскрывается аккредитив и продавец получает деньги, а заемщик — квартиру.

Процесс упрощается, если речь идет о первичном рынке: застройщики спокойно воспринимают подписание документов дистанционно, отмечает господин Любименко. На вторичном рынке, как правило, продавец и покупатель — это физические лица, которые не всегда готовы провести сделку, не видя «вторую сторону», отмечает банкир. Сейчас при проведении сделки по вторичке клиентам необходимо заранее уведомить Росреестр или МФЦ о том, что будет подписана и зарегистрирована цифровая сделка и посещение МФЦ необходимо. Однако в случае если электронное подписание сделки проходит в присутствии сотрудника банка, уведомлять МФЦ заранее не требуется. Банк самостоятельно формирует уведомление для Росреестра о том, что сделка будет зарегистрирована с использованием электронных каналов.

Самая ожидаемая новация — это переход Росреестра на единую платформу с банками. Пока ведомство не справляется с потоком заявок на оформление и переход прав собственности и задержки с оформлением документов могут длиться месяцами, указывает аналитик ИК «Фридом Финанс» Валерий Емельянов.

К СТАРТУ ГОТОВЫ Во многих банках процесс выдачи цифровой ипотеки уже частично реализован. «Росбанк Дом» в период пандемии внедрил услугу выездной ипотечной сделки, рассказывает директор территориального офиса Росбанка в Петербурге Лариса Магеро. Абсолют-банк до окончания возможности дистанционного открытия счетов провел в Петербурге более 20 цифровых сделок. Кроме того, за этот же период было проведено около 100 сделок по схеме взаимодействия с региональной партнерской сетью, подключенной к платформе банка, рассказывает господин Любименко. В банке «Открытие» треть заявок поступает от клиентов через онлайн-каналы, более 60% сделок на первичном рынке осуществляются с электронной регистрацией. На вторичном рынке эта доля меньше — около четверти, в силу специфики продукта, отмечают в «Открытии».

Сбербанк в период самоизоляции, пока действовало разрешение ЦБ, заключил более 100 ипотечных сделок «с доставкой на дом» в целом по стране, сообщили в пресс-службе банка. В сервисе «ДомКлик» клиент может в режиме онлайн не только подать заявку, но и выбрать сам объект недвижимости. Данные клиентов в заявке на ипотеку заполняются автоматически при входе через «Сбербанк Онлайн» с помощью «Сбер ID». Также клиенты могут использовать «Цифровой профиль», который позволяет загрузить данные с портала Госуслуг при оформлении ипотеки на «ДомКлик» и сократить время на предоставление документов в бумажном виде. Подписание документов, отправка их на электронную регистрацию сделки и безопасные расчеты, тем не менее, проходят за один визит в офис банка. «Сбербанк давно и активно ходатайствует о развитии и предоставлении онлайн-ипотеки клиентам банка, в том числе неоднократно направлялись предложения по изменению законодательства»,— рассказывают в пресс-службе.

Петербургский брокер «Первое ипотечное агентство» предлагает клиентам удаленные сервисы уже несколько лет. Клиенты присылают документы в электронном виде, и агентство подает их в несколько банков по одному пакету сразу. «Можно вспомнить и полностью „удаленные“ сделки, когда даже договор с застройщиком и с банком заключался с помощью электронной подписи»,— делится руководитель отдела ипотечного брокериджа агентства Ольга Ильюшкина. Она считает, что на первичном рынке цифровая ипотека будет внедрена в ближайшем будущем, а на вторичном, где зачастую проводятся сложные сделки, с цепочками, опекой, материнским капиталом, могут возникнуть сложности.

Во втором и третьем кварталах 2020 года доля электронных сделок, в том числе с использованием ипотеки, достигла 70%, говорит гендиректор девелопера «Бонава Санкт-Петербург» Мария Черная. «Весной мы столкнулись с тем, что к электронной регистрации ипотечных сделок оказались готовы только четыре участника: „Дом.РФ“, Сбербанк, ВТБ и банк „Санкт-Петербург“. Кроме того, оказалось, что не все сделки можно зарегистрировать электронно в силу технических ограничений. Это сделки с множественностью сторон, с несовершеннолетними покупателями, с использованием материнского капитала в качестве первого взноса, договоры цессии, когда права на строящуюся квартиру переходят от одного клиента другому»,— рассказывает госпожа Черная. Некоторые клиенты пока боятся пользоваться электронными инструментами, хотя оформление электронного договора дает дополнительную скидку, добавляет она.

В Санкт-Петербурге, по данным Банка России, за девять месяцев 2020 года выдано ипотеки на общую сумму 178,6 млрд рублей, что на 33% больше, чем за тот же период прошлого года. В сентябре на долю первичного рынка приходилось 45% против 50% в январе. ■

УСИЛИТЬ КОМФОРТ СТИЛЕМ

НА ФОНЕ ТРЕВОЖНЫХ ОЖИДАНИЙ И В ЦЕЛОМ НЕСТАБИЛЬНОЙ ОБСТАНОВКИ ПОСЛЕДНИХ МЕСЯЦЕВ ПЕТЕРБУРЖЦЫ ОТДАЮТ ПРЕДПОЧТЕНИЕ НЕ ПРОСТО КВАРТИРАМ В НОВЫХ ДОМАХ, НО ГАРМОНИЧНОЙ ЖИЛОЙ СРЕДЕ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ УРОВЕНЬ КОМФОРТА ВЫШЕ СРЕДНЕГО. ЭТО ПОДТВЕРЖДАЮТ ДАННЫЕ РЫНКА: В СЕГМЕНТЕ ЖИЛЬЯ БИЗНЕС-КЛАССА ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ С НАЧАЛА ГОДА СОХРАНЯЛИСЬ В ПРЕДЕЛАХ ПЛАНОВЫХ НА ФОНЕ УВЕРЕННОГО РОСТА СТОИМОСТИ КВАДРАТНОГО МЕТРА. ТАТЬЯНА КРАМАРЕВА



«ЦДС»

КВАРТАЛ ЦДС «ЧЕРНАЯ РЕЧКА» ВОЗВОДИТСЯ ВДОЛЬ БЕЛООСТРОВСКОЙ УЛИЦЫ

Как отмечает Наталья Кукушкина, главный специалист по маркетингу группы ЦДС, на это повлияли несколько факторов. Во-первых, сокращение объема предложения, поскольку в городской черте остается все меньше участков под застройку такого класса. Во-вторых, государственная программа льготной ипотеки: размер ставки в 6,5% (а фактически он может быть даже меньшим) при покупке жилья в Петербурге стоимостью до 10 млн рублей — действительно существенный драйвер продаж.

В-третьих, восстановление уже к лету объема продаж жилой недвижимости этого класса после весенней растерянности рынка аналитики связывают с ограниченной линейкой новых строящихся объектов бизнес-класса в Петербурге. В нынешнем году их было выведено на рынок не более десятка. «И очевидно, что проекты готовились в течение 2018–2019 годов»,— уточняет госпожа Кукушкина. Однако, вероятно, самым важным фактором роста цен на жилье такого рода стала новая психология потребителей. Сегодня важна не просто жилая недвижимость, но жилье, отвечающее потребностям конкретной семьи, соответствующее высоким стандартам качества работ и материалов, вписанное в окружающую застройку, в удобной локации, являющееся частью гармоничной жилой среды.

Интерес покупателей к модели «комфортное жилье в гармоничной среде» подтверждается ростом объема продаж жилья бизнес-класса. При этом даже объекты, не вполне соответствующие по своим характеристикам данному стандарту, по стоимости квадратного метра практически сравнялись с безусловно относящимися к бизнес-классу объектами.

Для группы ЦДС указанные рыночные тенденции очевидны на примере квартала ЦДС «Черная Речка» — флагманского проекта бизнес-класса. «С января по сентябрь нынешнего года средняя цена реализации квадратного метра увеличилась на 50% и достигла 200 тыс. рублей»,— комментирует Наталья Кукушкина, отмечая, что это стало следствием влияния всех названных ранее факторов, в том числе действия государственной программы льготной ипотеки: часть квартир в квартале ЦДС «Черная Речка» соответствует ее критериям.

В свою очередь, покупатели объясняют, что на их выбор повлияли характеристики локации (близость к центру, наличие водных объектов, отличная транспортная инфраструктура), приемлемая цена (с учетом больших дворов, красивых фасадов из натуральных материалов, соседей — представителей одной и той же социальной среды, инвестиционного потенциала этого ЖК), а также репутация ЦДС как надежного застройщика.

«В локации Черной речки этот жилой комплекс импонирует больше всего»,— комментирует один из покупателей — профессиональный риелтор. «Очень удобные выезд и въезд в ЖК, в пешей доступности две самые протяженные ветки метро — „синяя“ и „красная“. Есть торговые комплексы, рядом детская больница святой Ольги, работает терапевт по ночам для детей. А в самом ЖК приемлемое количество квартир на этаже, красивые дворы с озеленением и площадками для разных видов досуга, закрытая территория. Приятный момент, который хочется отметить особо,— большие окна от двух метров»,— уточняет покупатель.

ВЫЙТИ ИЗ ОКРУЖЕНИЯ Квартал ЦДС «Черная Речка» возводится в рамках редевелопмента промышленных территорий вдоль Белоостровской улицы, на юге Приморского района, в непосредственной близости от Петроградской стороны. И на старте строительства реакция потребителей была смешанной: некоторых, признает госпожа Кукушкина, пугало промышленное окружение этого участка. «Но уже сегодня мы видим, что из локации стремительно уходит производство, и на наших глазах складывается целый кластер домов бизнес-класса»,— отмечает она.

«Элитный дом в чистом поле — такой же нонсенс, как и простенькое жилье в центре Петербурга»,— комментирует Олег Каверин, главный архитектор проекта группы ЦДС.

Квартал ЦДС «Черная Речка» задуман как особый мир в черте большого города. Обращает на себя внимание обилие зеленых зон с ярусной растительностью: их красота подчеркнута функциональным и просто эстетичным освещением — также ярусным и решенным в нескольких вариантах. При этом реализуется принцип «двор без машин»: для транспорта жильцов предусмотрено достаточно мест в паркингах. Интересно, что паркинги в квартале ЦДС «Черная Речка» не только выполняют сугубо гаражные функции, но и позволяют разнообразить общественные пространства внутри квартала. На их эксплуатируемых кровлях разместятся площадки для спокойного отдыха и общения жителей — небольшие амфитеатры с зоной бесплатного Wi-Fi.

Ощущение «города в городе» при взгляде на квартал усиливается благодаря делению его структуры на внешнюю и внутреннюю. И хотя самые интересные идеи реализуются внутри, внешний облик «Черной Речки» создает впечатление основательности, соразмерности и свойственного Петербургу архитектурного шарма. Например, благодаря отделке фасадов светлыми терракотовыми керамическими панелями, перемежающимися темными переплетами окон и витражей и вкраплениями композитных панелей «под ржавчину». Это, к слову, не только эстетичное решение. Воздушная прослойка между внешним слоем и теплоизоляцией позволяет конструкции «дышать»: влага отводится, улучшается микроклимат помещений, в конечном счете, это ведет к сокращению затрат на поддержание в них нужного температурного режима.

«Парадная» линия жилого квартала подчеркнута променадом вдоль Белоостровской улицы. Он пройдет вдоль выходов из расположенных на первых этажах корпусов коммерческих помещений. Специально подобранные травы и злаки на газонах в сочетании с разновысотными деревьями и кустарниками создадут интересный контраст с урбанистическим «пейзажем» витрин.

Важный аспект для столь масштабного проекта жилищного строительства — продуманная внутренняя улично-дорожная сеть. «Внутренние улицы квартала ЦДС „Черная Речка“ позволяют организовать удобную транспортную коммуникацию для жителей. Но пространство дворов остается территорией закрытой, приватной, а потому спокойной»,— подтверждает господин Каверин.

КОМФОРТ В БОЛЬШОМ И МАЛОМ Квартал ЦДС «Черная Речка» — пример комфорта и в общедомовом масштабе. Простор, понятная навигация и обилие света (очень важная характеристика для Петербурга) в местах общего пользования. Гармоничное «перетекание» особенностей экстерьера дворовых территорий в интерьер лифтовых холлов, что расширяет границы внутридомового пространства. Акцент сделан также на создании безбарьерной среды. Парадные в «Черной Речке» сквозные; попасть в них можно и с улицы, и со двора (этот вариант, конечно, доступен только для жильцов). И весь путь до лифта и далее до дверей квартиры — без ступеней, что очень важно для маломобильных групп населения и просто удобно для всех остальных. Особо стоит отметить разработанный для этого проекта дизайн лифтов Otis: в «Черной Речке» они не только традиционно удобны и бесшумны, но и соответствуют стилистике интерьеров.

Комфорт, разумеется, распространяется не только на места общего пользования. Оригинальное зонирование в квартирах, наличие гардеробных, ванных комнат с окном, широкая линейка планировочных решений — все это создает у будущих жителей ощущение уюта уже на этапе рассмотрения варианта жилья для приобретения.

Целевая аудитория этого флагманского проекта ЦДС довольно разнообразна: молодые пары без детей, семьи с маленькими детьми, стремящиеся приобрести более просторное жилье, состоявшиеся семейные пары, для которых важно повысить качество своего уровня жизни. Соответственно, в «Черной Речке» предлагаются квартиры как небольшие (но с тщательно организованным пространством) или средние (с возможностью перепрофилирования отдельных помещений под нужды конкретной семьи), так и более просторные, с необычными вариантами планировок.

В каждом из девяти жилых корпусов этого квартала заложены отличающие его от других проектные решения. Таким образом, с выведением на рынок очередного — шестого — корпуса у потенциальных покупателей появилась возможность выбрать что-то действительно новое. Правда, с другой стороны, интерес к проектам бизнес-класса в последние годы настолько усилился, что этот выбор останется богатым в пределах довольно ограниченного промежутка времени. ■

КАК ДВОРЕЦ ПРЕВРАТИЛСЯ В «МАЛЮТКУ»

С ЭТИМ ЗДАНИЕМ НА ФУРШТАТСКОЙ УЛИЦЕ ХОРОШО ЗНАКОМЫ РОДИТЕЛИ МНОГИХ ЛЕНИНГРАДЦЕВ, РОДИВШИХСЯ В КОНЦЕ 1960-Х. ИМЕННО ТОГДА СЛУЧИЛСЯ БУМ ТОРЖЕСТВЕННОЙ РЕГИСТРАЦИИ НОВОРОЖДЕННЫХ: ЦЕРЕМОНИЯ В РОСКОШНЫХ ИНТЕРЬЕРАХ ДВОРЦА БЫЛА ПРИЗВАНА ЗАМЕНИТЬ ЦЕРКОВНУЮ ТРАДИЦИЮ КРЕЩЕНИЯ. СТАРИННЫЙ СЕМЕЙНЫЙ ДОМ, НЕМАЛО ПОВИДАВШИЙ НА СВОЕМ ВЕКУ, СТАЛ НАЗЫВАТЬСЯ ДВОРЦОМ ТОРЖЕСТВЕННОЙ РЕГИСТРАЦИИ РОЖДЕНИЯ «МАЛЮТКА». ТАКИМ ОН ОСТАЕТСЯ И ПО СЕЙ ДЕНЬ. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

АТЛАНТЫ — ОЧЕНЬ ПОПУЛЯРНЫЙ АРХИТЕКТУРНЫЙ МОТИВ, ОСОБЕННО В СТИЛЕ БАРОККО

Особняк, которому в этом году исполнилось 125 лет, был построен по проекту архитектора Александра Померанцева для действительного статского советника Николая Спиридонова. Померанцева называют мастером последнего этапа эклектики в московской архитектуре, он окончил архитектурное отделение Императорской академии художеств в Петербурге с золотой медалью I степени. Но, пожалуй, самый свой известный проект, который и сегодня знаком многим, архитектор осуществил именно в Москве: это Верхние торговые ряды (сегодня ГУМ), построенные в 1889–1893 годах. Проект победил в открытом конкурсе и дополнил ансамбль зданий в «русском» стиле, обрамляющих Красную площадь. По проекту Померанцева построен и знаменитый собор Александра Невского в Софии, самый крупный собор на Балканах. К 1895 году, когда мастер получил заказ на строительство особняка дворцового типа на Фурштатской, он был уже профессором архитектуры и состоял в Московском архитектурном обществе.

Симметричный фасад особняка Спиридонова выглядит очень нарядно, его эклектичный стиль соединяет архитектурные детали, присущие ренессансу, барокко и классицизму. Широкий балкон на центральном ризалите (часть здания, выступающая за линию фасада во всю его высоту) поддерживается фигурами атлантов. Внутренние помещения с оранжереей зимнего сада имеют ярко выраженную дворцовую планировку. На второй этаж ведет парадная лестница из белого мрамора. Гостиные — Каминная, Мавританская, Золотая с Танцевальным залом в центре — располагаются на втором этаже вокруг главной лестницы. На первом этаже находились спальни, детские, ванные комнаты, гардеробные. Интерьеры действительно были (и остались — благодаря серьезной реставрации еще в советское время) роскошными: наборные паркеты, изразцы, золоченая лепка, живопись и зеркала в пышных рамах… Здесь в гармонии сосуществуют декоративные элементы рококо, ренессанса, классицизма, мавританского стиля. Над созданием интерьеров работали Иероним Китнер и Василий Свиньин. Оба к тому времени уже известные мастера. Китнер — академик, позже — профессор Института гражданских инженеров и Института инженеров путей сообщения, один из основателей и редактор журнала «Зодчий». Свиньин в то время уже занимался реставрацией здания Академии художеств, сооружал батальную мастерскую в академическом саду, которая сохранилась по сей день, и вел другие планировочные и реставрационные работы. Он же, кстати, автор программы реконструкции Михайловского дворца для превращения его в Русский музей.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

ЭКЛЕКТИЧНЫЙ ФАСАД СОЕДИНЯЕТ ЭЛЕМЕНТЫ, ПРИСУЩИЕ РЕНЕССАНСУ, БАРОККО И КЛАССИЦИЗМУ

После смерти хозяина дома Николая Спиридонова в 1914 году его вдова продала особняк. После революции он пустовал, в 1920-х в здании работал детский дом, позже — Зубоврачебный институт, в 1935 году преобразованный в Ленинградский медицинский стоматологический институт.

Первая зажигательная бомба упала на здание в сентябре 1941 года. За время блокады особняк сильно пострадал и к концу войны являл собой печальное зрелище. Система центрального отопления и водопровод были повреждены, не работала канализация. В 1944–1946 годах на деньги, выделенные Исполкомом Ленсовета, проводилась реставрация особняка. Были восстановлены декор, позолота, роспись потолков. В 1950-х в здании расположилось Общество дружбы с народами зарубежных стран.

Из бюллетеня Ленгорисполкома, № 22, 1965 (цит. по www.citywalls.ru): «Учитывая пожелания трудящихся Ленинграда и в целях улучшения работы по внедрению в быт новых советских обрядов, Исполнительный комитет открыл с 5 ноября 1965 года в Ленинграде, в доме № 58 по ул. Петра Лаврова (тогда так называлась Фурштатская улица.— G), Дворец торжественной регистрации рождений с присвоением ему наименования "Малютка". Управлению садово-паркового хозяйства и зеленого строительства предложено организовать во дворце бесперебойную торговлю цветами, а Управлению торговли промышленными товарами — организовать продажу сувениров и товаров подарочного ассортимента для родителей и новорожденных. Управлению бытового обслуживания поручено обеспечить постоянную работу во дворце пункта по гравировке памятных медалей для новорожденных и работу фотографа по заявкам посетителей дворца».

Уже став «Малюткой», дом был показан в советском шпионском фильме «Судьба резидента» 1970 года: он «сыграл роль» особняка графа Тульева. Дворец торжественной регистрации новорожденных работает и сегодня. Он остается единственным в своем роде — подобные учреждения в России есть, но ни одно не может сравниться с истинно петербургским особняком, свидетелем смены эпох и глобальных потрясений. ■

ОТ ЭЛИТЫ К МАССОВОМУ СПРОСУ

НЫНЕШНИЙ ПЕТЕРБУРГСКИЙ РЫНОК КАФЕ И РЕСТОРАНОВ СУЩЕСТВЕННО ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ ТОГО, КАКИМ ОН БЫЛ В НАЧАЛЕ 1990-Х: ЗАВЕДЕНИЯ СТАЛИ ДОСТУПНЕЕ, РАЗНООБРАЗНЕЕ, КАЧЕСТВЕННЕЕ И ТЕХНОЛОГИЧНЕЕ, ЕСЛИ РЕЧЬ ИДЕТ О «ПОТОКОВОМ» ФАСТФУДЕ. ПРИ ЭТОМ В ГОРОДЕ СОХРАНИЛИСЬ НЕСКОЛЬКО «СТАРОЖИЛОВ», НОВЫЕ ЖЕ ЗАВЕДЕНИЯ ЗАЧАСТУЮ ОТКРЫВАЮТСЯ С ПРИЦЕЛОМ НА НАЦИОНАЛЬНУЮ КУХНЮ, А ПОСЕТИТЕЛИ РЕСТОРАНОВ ВСЕ ЧАЩЕ ПРЕТЕНДУЮТ НА ИННОВАЦИОННОСТЬ В ЧАСТИ АВТОРСКИХ КОНЦЕПЦИЙ. ДМИТРИЙ МАТВЕЕВ

Рынок общественного питания Петербурга в 1990-х годах преимущественно представлял собой набор заведений, оставшихся с советских времен, говорит руководитель отдела торговой недвижимости Knight Frank St. Petersburg Анна Лапченко. В основном это были рестораны при гостиницах, для вечернего и ночного времяпрепровождения, и кафе на улицах города, например, столовые или пельменные, для быстрого перекуса днем.

Ресторанный рынок в начале 1990-х представлял собой «культуру для избранных», так как количество заведений, доступных широкой публике, было ограничено, отмечает замдиректора департамента торговой недвижимости Colliers International Юлия Кузнецова. При этом ресторан обязательно дополнялся какой-то инфраструктурой, чем и объясняется множество точек при гостиницах, игровых заведениях и клубах. В тот же период были распространены разнообразные булочные, пирожковые и кафетерии, а несколько ключевых кафе, расположенных в центре города, остались еще с советского периода.

Приход сетей на рынок также начался в 1990-х, напоминает она: финская сеть ресторанов быстрого питания «Кэрролс» пришла в Петербург в 1995 году, первый McDonald's был открыт в городе в 1996 году, а крупнейший оператор ресторанов «Росинтер» был основан в этот период.

Руководитель отдела исследований компании JLL в Петербурге Наталья Киреева соглашается с госпожой Кузнецовой: общепит в Ленинграде в начале 1990-х был представлен в основном дорогими ресторанами. Дешевый сегмент же был представлен киосками с фастфудом низкого качества, столовыми и рюмочными. «Немногие заведения общепита из советских времен смогли дожить до наших дней. Среди наиболее известных — пышечная на Желябова (Большая Конюшенная), пирожковая на Московском проспекте, кафе „Фортеция“ на Куйбышева, 7, пышечная на Садовой, 32, и рюмочная „Маяк“ на Маяковского. Из старожилов Невского проспекта — ресторан „Палкинъ“, кафе „Север“ на Невском, 44, и „Метрополь“ на Садовой, 22»,— перечисляет она.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ТЕНДЕНЦИЯ ЗАКАЗА ЕДЫ НА ДОМ ЗАРОДИЛАСЬ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ НАЗАД, НО ПОЛУЧИЛА СВОЕ РЕЗКОЕ УСКОРЕНИЕ В 2020 ГОДУ С НАСТУПЛЕНИЕМ ПАНДЕМИИ

СТАРАЯ ШКОЛА В 1990–1991 годах в Ленинграде оставались рестораны старой советской школы, говорит директор Института проблем предпринимательства (ИПП) Владимир Романовский. «Качество кухни было, как правило, низкое, качество сервиса — кошмарное: официанты и швейцары считали себя хозяевами праздника со всеми вытекающими вроде взяток за вход, фамильярного общения, обсчета клиентов»,— вспоминает он.

В это же время стали появляться и рестораны нового типа. «Пафоса и „совка“ в них не было, зато присутствовало стремление к качеству и эксперименту»,— уточняет господин Романовский. Весь стритфуд был старого формата: кафе, кафе-мороженое и бары, за редким исключением, не демонстрировали никаких новаций.

Крайне популярными, по словам господина Романовского, в 1990-х годах были кафе-бары, где «главной „фишкой“ была не кухня или сервис, а тусовка, о которой по сию пору с ностальгией вспоминают ветераны КГБ и диссидентской волны, а также экс-хиппи и прочие неформалы». «Отдельной строкой были разноплановые заведения общепита основных отелей города — „Европы“, „Астории“ и „Карелии“. Они приглашали шеф-поваров из стран с большими кулинарными традициями, а также местных, например, Илью Лазерсона, в стандартах сервиса задавали планку для многих и сохраняли свое значение и влияние на ресторанно-кафешный ландшафт Петербурга в течение всех 1990-х»,— говорит директор ИПП.

Первой ресторанной группой, считает эксперт, была группа «Ост-Вест», в которую входили такие заведения, как «Санкт-Петербург», «Сенат-Бар», бар «Трибунал», «Кавказ», «Дворянское гнездо» и другие. Более демократичный же формат развивался, по его мнению, «без огонька», и такого фейерверка креативных концепций для широкой публики, какой можно увидеть сейчас во всех крупных городах РФ, не наблюдалось. «Одним из первых экспериментов — и одновременно проектов с иностранными инвестициями в общепите — был „Баскин Роббинс“, но особенно широкого развития он не получил и в какой-то момент остановился в развитии. Возможно, что дело было не только в этапах формирования среднего класса, но и в общественном менталитете, и потребительских стандартах, во многом отставших от материальной базы»,— добавляет господин Романовский.

ОБЩЕПИТ ЧЕРЕЗ КРИЗИСЫ Руководитель маркетингового консалтинга ИПП Максим Безлепкин выделяет несколько этапов развития петербургского рынка общепита. Первый связан с кооперативным движением и эпохой первоначального накопления капитала (конец 1980-х — начало 1990-х). Тогда появились как первые авторские рестораны, так и новый массовый стритфуд — ларьки шавермы у метро. В середине 1990-х пришла эпоха ночных клубов и попыток начать строить ресторанные сети.

Следующий шаг к современности, по его словам,— вторая половина 1990-х, когда на рынке появились первые крупные иностранные сети и местные предприниматели, формировавшие городской ресторанный рынок и продукт. Господин Безлепкин отмечает, что после кризиса 1998 года и все 2000-е с увеличением доходов населения, ускорением развития экономики и выходом многочисленного поколения Z в пору самостоятельного потребления рынок стал цивилизованнее и концентрированнее. Был период роста общепита за счет сетевых структур — от кофеен, столовых и зарубежного фастфуда до сетей суши, стейкхаусов и пабов. Вместе со строительством ТРЦ в спальных районах развивались фуд-корты.

По оценке Colliers International, в 1990-х ресторанный рынок был хаотичен. Более активное его развитие началось только в начале 2000-х, когда многие восстановились после кризиса 1998 года, говорит Юлия Кузнецова. Тогда активно развивались такие сети, как «Идеальная чашка», «Шоколадница», «Кофе Хауз» и прочие. В 2001 году открылся первый ресторан японской кухни «Евразия», а в 2003 году появилась Ginza Project — один из ключевых игроков ресторанного рынка, который во многом формировал стандарты отрасли. Примерно после 2008 года рестораны начали открываться в качественных ТЦ, и многие годы ресторанный рынок представлял собой преимущественно японскую и итальянскую кухню. В 2011–2012 годах на смену суши и пицце пришли грузинская и паназиатская кухня. Примерно в то же время рынок захлестнула волна бургерных и стали популярны маленькие несетевые проекты.

Заметным явлением в конце 2010-х стало то, что люди меньше готовили дома, что поддерживало спрос в сетях столовых, расплодившихся по городу, и породило моду на онлайн-заказ еды на дом в 2017–2019 годах, обращает внимание господин Безлепкин. Эта тенденция получила свое резкое ускорение в 2020 году вместе с пандемией.

УНИКАЛЬНОСТЬ, ДОСТУПНОСТЬ, ДЕМОКРАТИЧНОСТЬ Юлия Кузнецова в качестве основного тренда ресторанного рынка называет авторскую кухню: люди приходят в ресторан, чтобы попробовать блюда конкретного шеф-повара, разделить его концепцию и идею. «По моему мнению, в ближайшее время авторская кухня сохранит свои позиции. Не думаю, что качественные рестораны будут уходить в высокий ценовой сегмент, скорее всего, они будут более или менее доступны широкой аудитории. При этом многие рестораны могут прийти к увеличению количества посещений за счет сокращения времени посещения»,— отмечает эксперт. По ее словам, в настоящее время рестораны попрежнему располагаются в торговых центрах, но многие начинают рассматривать и стрит-ритейл.

Максим Безлепкин считает, что в ближайшие год-два тенденция на рынке общепита будет, скорее всего, на выживание, как это было в 2015–2016 годах, «только хуже и серьезнее». «Еще более внимательно будет считаться фуд-кост, особый интерес будет уделяться работе с внутренними туристами, которые в 2021 году станут важной составляющей трафика в центре Петербурга. Выше синергия будет от размещения точек общепита вместе с объектами экосистем крупных банков и ритейлеров»,— полагает он. При этом в условиях уменьшения платежеспособной аудитории демократичность и онлайн-доступность заказов станут преимуществом. ■

«РУБИНШТЕЙН» ДЛЯ ДЕТЕЙ-БАБОЧЕК

19 ДЕКАБРЯ В КАФЕ «РУБИНШТЕЙН» В ФОРМАТЕ ОНЛАЙН ПРОЙДУТ КУЛИНАРНЫЙ МАСТЕР-КЛАСС И ПРАЗДНИЧНЫЙ УЖИН, ОРГАНИЗОВАННЫЕ РОССИЙСКИМ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫМ ФОНДОМ «ДЕТИ-БАБОЧКИ». ПЛАНИРУЕТСЯ, ЧТО В МЕРОПРИЯТИИ ПРИМУТ ВИРТУАЛЬНОЕ УЧАСТИЕ 50 ГОСТЕЙ. ВСЕ ВЫРУЧЕННЫЕ ОТ ПРОДАЖИ БИЛЕТОВ СРЕДСТВА БУДУТ НАПРАВЛЕНЫ ФОНДОМ В ПОМОЩЬ ДЕТЯМ С ГЕНЕТИЧЕСКИМИ ЗАБОЛЕВАНИЯМИ КОЖИ — БУЛЛЕЗНЫМ ЭПИДЕРМОЛИЗОМ И ИХТИОЗОМ. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

Онлайн-трансляция кулинарного мастер-класса будет вестись для участников через платформу Zoom. Это позволит зрителям не только узнать новые тонкости приготовления популярной новогодней закуски, но и тут же приготовить ее у себя дома. Набор необходимых для приготовления продуктов все участники получат заранее через агрегатор «Яндекс. Доставка».

На ужине шеф-повар кафе вместе с гостями, среди которых ожидаются известные люди, приготовят два варианта любимого россиянами новогоднего салата «Оливье». Первый — по рецепту шефа: с копченой перепелкой, раковыми шейками и красной икрой. Вторая версия салата будет сыроедческой — с авокадо и майонезом из кешью.

По словам основателя и руководителя фонда «Дети-бабочки» Алены Куратовой, организация активно использует возможности онлайн-мероприятий. «Мы постоянно ищем новые интересные форматы для наших благотворительных мероприятий и отслеживаем все современные тенденции, в том числе социальные, IT и даже гастрономические,— говорит Алена Куратова.— Участников ужина ожидает необычное, вкусное и красивое зрелище. Мы надеемся, что эта встреча станет для них настоящим новогодним подарком». ■



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ИНТЕРЬЕР РЕСТОРАНА «РУБИНШТЕЙН»



ОЛЕГ СКВОРЦОВ/MUST

ШЕФ-ПОВАР РЕСТОРАНА MUST ВЯЧЕСЛАВ ГНЕДОВСКИЙ

НОВОГОДНЕЕ МЕНЮ ОТКРЫВАЕТ ОСЬМИНОГ

ШЕФ-ПОВАР РЕСТОРАНА MUST ВЯЧЕСЛАВ ГНЕДОВСКИЙ ПРИГОТОВИЛ ОРИГИНАЛЬНОЕ НОВОГОДНЕЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ПРАЗДНИЧНОГО УЖИНА: НОВЫЕ НАРЯДНЫЕ БЛЮДА В АВТОРСКОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

Ни традиционного оливье, ни селедки под шубой не будет: новогоднее меню в стиле Must открывает осьминог из Марокко, отваренный в крепком овощном бульоне с добавлением белого вина. Осьминог глазируется соусом барбекю, после чего обжаривается на хоспере.

Королевский краб из Мурманска подается с гарниром из цитрусовых, а императорские или хасанские устрицы — традиционно на льду с соусом и лимоном. Брискет (говяжья грудинка) готовится в течение 72 часов в американской коптильне при низких температурах. Композицию эффектно дополняет гарнир из хрустящих острых огурцов.

В своем новогоднем меню шеф презентует также икру щуки, смешанную со сметаной. Блюдо завершают гренки собственного производства с диким луком. Все блюда доставляются в праздничной посуде и готовы к подаче на стол. ■

ПЕРЕМЕНЫ В LA PERLA FISH HOUSE

В ОДНОМ ИЗ САМЫХ ИЗВЕСТНЫХ РЕСТОРАНОВ ИГОРЯ МЕЛЬЦЕРА ТЕПЕРЬ НОВЫЙ ШЕФ-ПОВАР И СОВЕРШЕННО НОВОЕ МЕНЮ. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

Двенадцать лет профессионального стажа, стажировка в легендарном тапас-баре Барселоны у Альберта Андреа: новый шеф La Perla Fish House Алексей Ермаков — известный человек в профессии. Он является также автором еженедельного меню в секретном баре El Copitas и бренд-шефом Paloma Cantina. Алексей создал меню, основанное на ярких и насыщенных вкусах. В числе новых интересных блюд, например, севиче из креветок под соусом из лемонграсса, тартар из лосося с печеным авокадо, жареный морской гребешок под соусом на основе шампанского, филе мурманской трески с яйцом пашот и красной икрой.

Ресторан La Perla Fish House уже стал городской легендой: он открылся в 1999 году и до сих пор имеет высокий авторитет у гурманов. В основе кухни — рыба и морепродукты. Здесь можно попробовать дары моря как в чистом виде, так и приготовленные блюда с ними. В меню — огромное количество морепродуктов: одиннадцать видов устриц, морские ежи, вонголе, такой деликатес, как анадара, а также морской гребешок и три вида креветок. Аквасистема, в которой живут устрицы, установлена прямо в зале.

Интерьер ресторана изобилует интересными деталями, связанными с морской тематикой, и как бы телепортирует гостей на борт корабля: иллюминаторы, рынды, форма капитана, макеты кораблей… Никакой бутафории — все настоящее, потому что ресторан сделан из траулера Балтийского флота. ■



ИНТЕРЬЕР РЕСТОРАНА LA PERLA FISH HOUSE

ТЕМАТИЧЕСКИЕ СТРАНИЦЫ ОТПЕЧАТАНЫ В ООО «РОСБАЛТ» 197374, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, УЛ. ОПТИКОВ, Д. 4. ЗАКАЗ № 1681

Коммерсантъ. В лучших местах Петербурга.

Рестораны

КРЕМЛЬ	Выборгская наб., 55 БЦ Gregory's Palace
ВЕСЕЛИДЗЕ	Восстания ул., 20
РИБАЙ	Казанская ул., 3А
РУССКАЯ РЮМОЧНАЯ №1	Конногвардейский бул., 4
СТРОГАНОФФ СТЕЙК ХАУС	Конногвардейский бул., 4
Ресторан-гостиная ШТАКЕНШНЕЙДЕР	Миллионная ул., 10
ШАЛЯПИН	Тверская ул., 12/15
CAPULETTI	Большой пр. П.С., 74
ТАВЕРНА ГРОЛЛЕ	Большой пр. В. О., 20
СКАЗКА ВОСТОКА 1001 НОЧЬ	Лесной пр., 48

Пироговые

ЛИНДФОРС	Полтавская ул., 3
	Московский пр., 128
	Декабристов ул., 33
	Ленинский пр., 151
ШТОЛЛЕ	1-я Красноармейская ул., 4
	Гражданский пр., 114, к. 1
	Медиков пр., 10, к. 1
	Комсомола ул., 35
	Московский пр., 105
	Стачек пр., 74
	Просвещения пр., 34
	Садовая ул., 8
	1-я линия В.О., 50
	Энгельса пр., 37
	Восстания ул., 32
	Владимирский пр., 15
	Савушкина ул., 3

Кафе

KROO CAFE	Суворовский пр., 27 / 9-я Советская ул., 11

Интерьерные магазины

САЛОН «СЕНТЯБРЕВЪ»	Каменноостровский пр., 19

Гостиницы

АСТОН	Владимирский пр., 5
БРИСТОЛЬ	Расстанная ул., 2
ГРАНД ОТЕЛЬ ЭМЕРАЛЬД	Суворовский пр., 18
ОТЕЛЬ ИНДИГО	Чайковского ул., 17
AKYAN HOTEL	Восстания ул., 19
CROWNE PLAZA ST. PETERSBURG AIRPORT	Стартовая ул., 6А
KRAVT HOTEL	Садовая ул., 25, вход с Мучного пер., 4
M-HOTEL	Садовая ул., 22 (вход с переулка Крылова, 2, со двора)
MAJESTIC BOUTIQUE HOTEL DELUXE	Садовая ул., 22/2
АПАРТ-ОТЕЛЬ VERTICAL	Московский пр., 73
THE GAMMA HOTEL	наб. Обводного кан., 130
МАРТИН ОТЕЛЬ/ MARTIN HOTEL	Марата ул., 12
ОТЕЛЬ БЕЛОЕ ДЕРЕВО	Демьяна Бедного ул., 3
ГОСТИНИЦА THE BRIDGE HOTEL	угол Керченского пер., 2 и Адмиралтейской наб., 12
BOUTIQUE HOTEL ALBORA	наб. кан. Грибоедова, 133А
CROWNE PLAZA LIGOVSKY	Лиговский пр., 61

Автосалоны

GREGORY`S CARS	Выборгская наб., 55
АВТОДОМ ПУЛКОВО	Пулковское ш., 14, лит. А

Авиакомпании

ЦБА «ПУЛКОВО-3»	
ГТК «РОССИЯ»	

Бизнес-центры

GREGORY'S PALACE	Выборгская наб., 55
GUSTAF	Средний пр. В.О., 36/40
MAGNUS	9-я линия В.О., 34
ОСКАР	наб. р. Фонтанки, 13 А
ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР NEVKA	Гельсингфорсская ул., д. 3, к. 11, лит. Д, вход с Выборгской наб., 45-47

Разное

ЕДИНЫЙ ЦЕНТР ДОКУМЕНТОВ	Красного Текстильщика ул.,10/12
САПСАН	Бизнес-класс

Газета «Коммерсантъ» издательством бесплатно не распространяется.

Узнайте подробную информацию о корпоративной подписке по телефону (812) 271-3635
www.spb.kommersant.ru

РЕКЛАМА, «16+»

ONE TRINITY PLACE

НАБЕРЕЖНАЯ АДМИРАЛА ЛАЗАРЕВА, 22

EUROPEAN PROPERTY AWARDS
ARCHITECTURE
AWARD WINNER
RESIDENTIAL DEVELOPMENT
ST. PETERSBURG, RUSSIA
One Trinity Place by GHP Group
2019-2020

EUROPEAN PROPERTY AWARDS
INTERIOR DESIGN
★★★★★
BEST INTERIOR DESIGN SHOW HOME
ST. PETERSBURG, RUSSIA
One Trinity Place by GHP Group
2018-2019

EUROPEAN PROPERTY AWARDS*
DEVELOPMENT
AWARD WINNER
RESIDENTIAL DEVELOPMENT
ST. PETERSBURG, RUSSIA
One Trinity Place by GHP Group
2018-2019

ЭЛИТНЫЕ КВАРТИРЫ

С ПОЛНОЙ ОТДЕЛКОЙ

ОТ 24 МЛН РУБЛЕЙ**

- Ведущий британский архитектор
- Идеально эффективные планировки
- Огромные прозрачные окна
- Виды на реку и внутренний сад
- Полная отделка квартир
- Британский дизайнер интерьеров
- Природные материалы

Сдача в эксплуатацию
в декабре 2020 года

+7 (812) 313 77 00

onetrinityplace.com

УАН ТРИНИТИ ПЛЕЙС. ЗАСТРОЙЩИК ООО «ЦВЕТЕНИЕ СЛИВЫ» (ОГРН 1157847334215).
РАЗРЕШЕНИЕ НА СТРОИТЕЛЬСТВО № 78-013-0373-2017 ОТ 29 СЕНТЯБРЯ 2017 Г.
С ПРОЕКТНОЙ ДЕКЛАРАЦИЕЙ МОЖНО ОЗНАКОМИТЬСЯ НА САЙТАХ НАШ.ДОМ.РФ, ONETRINITYPLACE.COM. РЕКЛАМА.

* ЕВРОПЕЙСКАЯ ПРЕМИЯ В ОБЛАСТИ НЕДВИЖИМОСТИ. ЛАУРЕАТ В НОМИНАЦИИ ЛУЧШИЙ ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС САНКТ-ПЕТЕРБУРГА, ЛУЧШИЙ ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРА ШОУ-КВАРТИРЫ, ЛУЧШИЙ АРХИТЕКТУРНЫЙ ПРОЕКТ.

** ПРЕДЛОЖЕНИЕ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ОФЕРТОЙ И НОСИТ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ХАРАКТЕР.