ВЫЙТИ ЗА ПРЕДЕЛЫ ДВОРА

СЕГОДНЯ ПРОЕКТЫ ЗАСТРОЙЩИКОВ КОНКУРИРУЮТ НЕ ТОЛЬКО ЦЕНОЙ И ЛОКАЦИЕЙ. ПОКУПАТЕЛИ ХОТЯТ ПОЛУЧИТЬ КОМПЛЕКСНЫЙ КАЧЕСТВЕННЫЙ ПРОДУКТ, КОМФОРТНУЮ СРЕДУ. А ЭТО НЕ ТОЛЬКО ПЛАНИРОВКА КВАРТИРЫ, ОФОРМЛЕНИЕ ВХОДНОЙ ГРУППЫ, ОГРАНИЧЕННОЕ КОЛИЧЕСТВО КВАРТИР НА ЭТАЖЕ, НО И ТЕРРИТОРИЯ РЯДОМ С ДОМОМ. СЕГОДНЯ ДАЖЕ В ПРОЕКТАХ ЭКОНОМ-КЛАССА ДЕВЕЛОПЕРЫ СТАРАЮТСЯ УДЕЛЯТЬ ВНИМАНИЕ ВОПРОСАМ БЛАГОУСТРОЙСТВА. КОНСТАНТИН ЗАЛИЕВ

Сергей Софронов, коммерческий директор ГК «ПСК», считает, что сегодня понятие придомовой территории вышло за пределы дворов. «В проектах комплексной застройки девелоперы проектируют внутриквартальные территории, как новые общественные пространства. Дворы оставляют за собой функцию детских площадок и зоны озеленения. Социальную функцию расширяет и выполняет уже гораздо большая территория между домами. На ней устраиваются бульвары, променады, при наличии воды — набережные, общеквартальные игровые зоны, обширные зеленые насаждения. Коммерческие помещения в таких проектах ориентируются на внутренний трафик центральных бульваров, тем самым создаются полноценные улицы, причем, пешеходные»,— рассуждает эксперт.

По его мнению, покупатели оценивают эту составляющую проекта в комплексе наряду со всеми остальными. «Конечно, одним только хорошим двором или променадом квартиру не продашь. Но при прочих равных на решение о покупке этот фактор влияет значительно»,— полагает господин Софронов.

«В целом на рынке благоустройству и оригинальному оформлению дворовой территории уделяется все большее внимание в новых ЖК: во дворах и на придомовой территории создаются различные функциональные зоны для отдыха и активностей, применяются современный ландшафтный дизайн и малые архитектурные формы. Девелоперы все чаще привлекают известных дизайнеров и архитекторов для создания комфортной и эргономичной среды внутри двора. Это возможность создать целую историю и философию комплекса, созвучную духу и архитектуре проекта»,— говорит Егор Федоров, директор по продажам группы «Аквилон».

КЛЮЧЕВОЙ ТРЕНД Игорь Кокорев, руководитель отдела стратегического консалтинга петербургского офиса NF Group, также считает, что повышение внимания как девелоперов, так и покупателей жилья к оформлению общественных пространств ЖК — это один из ключевых рыночных трендов последних лет. «Дворы без машин и с хорошим благоустройством, а также выделенные пространства вне закрытых дворов, повышают качество проживания и становятся распространенными составляющими проектов класса комфорт»,— считает он. Однако само по себе благоустройство двора не способно кардинально повысить конкурентоспособность ЖК, темп продаж или цены, а должно работать в комплексе с другими решениями, нацеленными на улучшение качества продукта, куда входят и фасады, и отделка МОП, и планировки, и инженерные решения, полагает господин Кокорев.

Начальник управления маркетинга и продаж ЗАО «БФА-Девелопмент» Елена Гутман при этом считает, что дворовая территория не должна быть просто набором заурядных детских игровых комплексов. «Необходима продуманная философия, некая логика и взаимосвязь между всеми площадками и зонами отдыха, нужна какая-то интересная история. На детских игровых площадках должны присутствовать не только развлекающие, но и обучающие элементы. Учитывая наши климатические особенности, важно, чтобы на площадках имелись закрытые павильоны, защищающие родителей с детьми от дождя и ветра, желательно, чтобы под навесами была размещена и часть тренажеров. Высокие требования предъявляют покупатели к озеленению, хотят видеть разнообразие красок при смене сезонов»,— рассуждает она. Эксперт считает, что разумно выполненный проект благоустройства позволяет эффективно содержать в надлежащем виде территорию с минимальными затратами в будущем. Она добавляет, что очень привлекает покупателей наличие рядом с домом интересной прогулочной зоны — люди не хотят тратить время на поездки и хотят около дома получить возможность заняться спортом и отдохнуть на природе.

Екатерина Немченко, коммерческий директор холдинга РСТИ, также говорит, что детские и спортивные площадки, места отдыха для взрослых и детей, закрытые для проезда транспорта дворы, хорошее освещение, огороженная территория, видеонаблюдение, озеленение получат дополнительную ценность, если будут объединены единой концепцией и будут дополнять друг друга.

ВСЕ ПО-УМНОМУ «Благоустроенный двор в представлении современного покупателя — это безопасное пространство для отдыха. Двор без машин, в котором предусмотрены зоны для комфортного времяпрепровождения разных категорий жителей: детей, родителей, лиц пожилого возраста. Немаловажно создание доступной среды для маломобильных категорий граждан и для родителей с детьми младенческого возраста. Для мегаполиса крайне предпочтителен максимально возможный объем озеленения двора. А также существенное внимание уделяется используемым материалам. Покрытия должны быть практичными и экологичными: камень, террасная доска, резиновые покрытия в детских зонах для безопасности. Трендом в материалах уличной мебели и детских площадок является дерево натуральных оттенков»,— рассказывает Алексей Тюлькин, директор по продажам «Альфа Фаберже».

«Сейчас даже в проектах комфорт-класса появляются многоуровневые пространства, правильно организованное освещение, искусственные водоемы и зеленые зоны с ландшафтным дизайном, променад для жителей, в теплое время года появляются открытые лаундж-лобби. Трендом становится „умное“ зонирование, когда тихие зоны для отдыха разнесены с игровыми площадками»,— рассказывает Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости группы ЦДС.

Мария Черная, генеральный директор ООО «Бонава Санкт-Петербург», полагает, что за последние 5–7 лет петербургские застройщики сделали большой шаг в вопросе организации и функционального наполнения внутридоворовых территорий жилых проектов. «Например, в нашем пригородном проекте Grona Lund одним из ключевых элементов внутридворовой инфраструктуры станет Добрососедский центр. Это специальная площадка для отдыха всей семьи, место, где можно с провести время всем жителям независимо от их возраста. Например, в ней есть зона для совместных праздников и пикников. Для этого здесь предусмотрена обеденная зона с небольшим кухонным фронтом, столами и скамьями. Рядом с уличной кухней расположатся грядки для выращивания зелени и пряностей. В другой зоне дети смогут играть в песочнице с навесом или в веревочном парке, оборудованном на безопасной высоте. Также в Добрососедском центре будет устроен уличный кинотеатр. Под навесом поставим проектор и экран, которые жители смогут брать в УК. Эту площадку можно использовать и для встреч по интересам, лекций и живых концертов, рядом появится летний офис — удобные беседки для работы. Что касается стоимости этой инфраструктуры, то доля расходов на Добрососедский центр не превышает 1% от общего объема инвестиций в проект. Положительный эффект от такого решения сложно измерить, но в долгосрочной перспективе вложения многократно окупаются повышением лояльности существующих клиентов и привлечением внимания новых»,— рассказала госпожа Черная.

Вместе с тем, отмечает она, актуален не только вопрос стоимости создания таких проектов, но и качества содержания их в надлежащем состоянии. Ведь после ввода объекта в эксплуатацию содержание имущества ложится на плечи профессиональной УК и осуществляется за счет самих собственников. «Срок жизни таких объектов зависит от бережливого отношения жителей, понимания, что это их собственность. Жилой двор должен десятилетиями служить своим жителям, он требует постоянного внимания, так как подвержен большому износу в силу ежедневного использования и погодного разнообразия»,— заключает эксперт. ■



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ДЕТСКИЕ И СПОРТИВНЫЕ ПЛОЩАДКИ, МЕСТА ОТДЫХА ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ И ДЕТЕЙ, ЗАКРЫТЫЕ ДЛЯ ПРОЕЗДА ТРАНСПОРТА ДВОРЫ, ХОРОШЕЕ ОСВЕЩЕНИЕ, ОГОРОЖЕННАЯ ТЕРРИТОРИЯ, ВИДЕОНАБЛЮДЕНИЕ, ОЗЕЛЕНЕНИЕ ПОЛУЧАТ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ЦЕННОСТЬ, ЕСЛИ БУДУТ ОБЪЕДИНЕНЫ ЕДИНОЙ КОНЦЕПЦИЕЙ И БУДУТ ДОПОЛНЯТЬ ДРУГ ДРУГА