МЕСТА, ГДЕ ЕСТЬ ДВИЖЕНИЕ / 3
УПРАВЛЕНИЕ РОСКОШЬЮ: ЭКСПЛУАТАЦИЯ ПО РАСТУЩЕМУ ТАРИФУ / 4
ЧУВСТВО ЭКСКЛЮЗИВНОГО ОБЛАДАНИЯ / 6
К ЖИЛИЩНОМУ ВОПРОСУ — С УМОМ / 8

Территория комфорта

Четверг, 24 октября 2024
Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» **№28**

Коммерсантъ

Guide

ПАРТНЕРЫ ВЫПУСКА

ЕВРОСТРОЙ

РСТИ

РЕКЛАМА

КУБАТУРА®
ЦЕНТР МЕБЕЛИ И ИНТЕРЬЕРА

ВДОХНОВЛЯЕМ
КОМПЛЕКТУЕМ
ВОПЛОЩАЕМ



Персональное сопровождение дизайнеров



Индивидуальный подход и неповторимое качество – кредо крупнейшего в Европе центра мебели и интерьера КУБАТУРА.
Уже несколько лет мы предлагаем современные решения в премиум-сегменте для самых разных дизайн-проектов.

Персональная работа с дизайнерами и комплектация проектов «под ключ» от наших бутиков поможет воплотить в жизнь успешный проект и создать пространство мечты.

NATUZZI
EDITIONS





Официальный дилер NATUZZI в СЗФО с 1994 года
www.ocania.ru

КУБАТУРА, г. Санкт-Петербург, ул. Фучика, 9

PEKЛAMA



АЛЛА МИХЕЕНКО,
РЕДАКТОР GUIDE
«ТЕРРИТОРИЯ КОМФОРТА»

ЭВОЛЮЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС

Комфорт стал не только дефиницией благоприятного положения человека, но и необходимой жизненной ценностью, главным ориентиром при выборе того или иного продукта, услуги. Причем речь идет не просто о создании вокруг себя удобного и функционального пространства, а о приобретении ощущения стабильности, безопасности и чувства удовлетворенности своей жизнью. Важной становится и культурная составляющая в повседневной рутине для наличия «интеллектуального комфорта».

Ценность формирует новые паттерны поведения, которые становятся драйвером свежих проектных средовых решений. Расширяется «территория комфорта» как в личном пространстве, так и в общественных зонах. Бизнес создает на местах промзон и фабрик креативные кластеры, объединяя резидентов разных форматов, тем самым повышая статус локации. Ориентир на комфорт человека при разработке того или иного продукта, безусловно, дает экономический эффект. Качественно организованное общественное пространство запускает «цепную реакцию»: интересный контент и территория привлекают больше людей, как следствие — увеличивается оборот торговли и услуг, улучшается инвестиционный и туристический имидж.

Девелоперы стимулируют конкурентность своих жилых комплексов за счет новых идей в планировках квартир, сокращая «лишние» квадратные метры и внедряя «умные» технологии. Меняются подходы в оформлении дворов, входных групп, МОПов. При этом стратегии, отработанные на элитной недвижимости, спускаются на класс ниже. И вот уже в сегментах бизнес и комфорт активно внедряются элементы искусства, расширяется функционал IoT.

Все больше ставится акцент на объединение людей в комьюнити — от добрососедских центров до коворкингов, которые в основном пока являются местом встречи фрилансеров. Современный темп, шеринговая экономика, возможности удаленной работы — все это формирует среду ежеминутно. Приходит время адаптивных гибких решений. Так формируется та эволюционная зона комфорта, из которой не хочется, да и по большому счету и не нужно выходить.

МЕСТА, ГДЕ ЕСТЬ ДВИЖЕНИЕ

В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ В ПЕТЕРБУРГЕ НАСЧИТЫВАЕТСЯ БОЛЕЕ 100 ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ — КАК ФОРМАТА ОБЩЕГО БЛАГОУСТРОЙСТВА, ТАК И КРЕАТИВНЫХ КЛАСТЕРОВ, СОЧЕТАЮЩИХ В СЕБЕ МНОЖЕСТВО РАЗЛИЧНЫХ ФУНКЦИЙ. ЯВЛЯЯСЬ ВАЖНЫМ ИНСТРУМЕНТОМ ГОРОДСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ, ОНИ СПОСОБНЫ СДЕЛАТЬ ЛОКАЦИЮ БОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОЙ И СОЗДАТЬ НОВУЮ ТОЧКУ ПРИТЯЖЕНИЯ НЕ ТОЛЬКО ДЛЯ ГОРОЖАН И ТВОРЧЕСКОГО КОМЬЮНИТИ, НО И ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КРЕАТИВНОГО ПРОДУКТА. ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТОВ, ПОДОБНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ СПОСОБСТВУЮТ РОСТУ СТОИМОСТИ НЕДВИЖИМОСТИ В ЛОКАЦИИ И ПОВЫШЕНИЮ КЛАССА РЕАЛИЗУЕМЫХ ДЕВЕЛОПЕРСКИХ ПРОЕКТОВ. МИЛЕНА НЕЧАЕВА

Городские общественные пространства серьезно различаются по масштабу, источникам и объему инвестиций, направленных на их создание. Так, если речь идет о благоустройстве (например, о создании сквера или парка), то оно, за редким исключением, финансируется за счет бюджетных средств или же является социальной инициативой — отдельного мецената или компании. Когда же реализация проекта подразумевает четкую инвестиционно-коммерческую составляющую, то это, как правило, связано с появлением так называемых креативных кластеров. Последние зачастую становятся не просто местами отдыха и проведения досуга граждан, но и мощным экономическим и культурным драйвером для развития и повышения статуса локации.

«Общественные пространства могут быть разными. Это и коворкинги, и арт-студии, галереи и концертные площадки, мастерские и гастрономические пространства, скверы и парки. Все они не прямые конкуренты друг другу, но для гармоничного развития города важно, чтобы эти места были максимально рассредоточены, а не „собраны" в центре»,— рассуждает президент группы RBI Эдуард Тиктинский.

Однако самые известные городские точки притяжения расположены преимущественно в центральной части Петербурга или же в локациях так называемого «серого пояса». Креативные кластеры тяготеют к историко-культурным пространствам города: к Центральному, Адмиралтейскому и Петроградскому районам, а также к Василеостровскому острову, делится мнением вице-президент Becar Asset Management Ольга Шарыгина.

Креативные площадки, как правило, формируются на месте бывших промзон, фабрик, заводов и иных не функционирующих более зданий. Среди наиболее ярких примеров участники рынка называют «Севкабель Порт» и культурный квартал «Брусницын», Новую Голландию, Design District DAA, «Ленполиграфмаш», Левашовский хлебозавод, «Люмьер Холл», Vokzal 1853, «Флагшток», общественное пространство Seno.

В этом году список пополнился новыми точками. Так, в конце лета в бывшем Некрасовском телефонном узле открыли социально-культурный кластер «АТС на Некрасова». В бывшем варочном цеху завода «Степан Разин» с октября заработало мультимедийное арт-пространство «Цистерна». На Васильевском острове анонсировано креативное пространство «Брюллофт» в особняке семьи архитектора Александра Брюллова. Постепенно развивается общественное пространство внутри небоскреба «Лахта-центр». Осенью там презентовали планетарий, зал-трансформер, а к концу года ожидается открытие смотровой площадки на 75-м этаже. Вместе с тем есть примеры проектов, расположенных вдали от исторического центра, например, кластер «Остров фортов» в Кронштадте.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ПОПУЛЯРНЫЕ ГОРОДСКИЕ ПРОСТРАНСТВА ОБЪЕДИНЯЮТ В СЕБЕ СРАЗУ НЕСКОЛЬКО ФОРМАТОВ И ПРЕДСТАВЛЯЮТ СОБОЙ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ПЛОЩАДКИ, ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НА МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ И ИММЕРСИВНЫЕ ВАРИАНТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ГОСТЯМИ

КАЧЕСТВЕННОЕ НАПОЛНЕНИЕ Еще несколько лет назад общественные пространства были более специализированными — приспособленными только под определенный формат. «Сейчас мы видим под одной крышей музыкальные и танцевальные фестивали, музейные экспозиции и выставки современных художников, лекции, деловые мероприятия»,— делится господин Тиктинский.

Действительно, наиболее заметные и популярные городские пространства объединяют в себе сразу несколько форматов и представляют собой многофункциональные площадки, ориентированные на мультимедийные и иммерсивные варианты взаимодействия с гостями. В целом роль диджитал-составляющей в креативных кластерах значительно возросла и будет развиваться и дальше, считает госпожа Шарыгина.

Собеседники Guide отмечают, что активное население (широкий спектр — от студентов до семей с детьми) стремится в места, где есть движение, творческая атмосфера и возможность получения новых положительных впечатлений и опыта от сочетания познавательного и развлекательного вариантов досуга. Такие площадки нередко объединяют десятки резидентов, среди которых могут быть представители сферы IT, дизайна, медиа, ритейла и креативных индустрий.

«Это эффективная практика, позволяющая творческим командам находить своих клиентов — потребителей креативного продукта»,— поясняет Евгения Кулеш, заместитель директора департамента стратегического консалтинга Nikoliers. По ее словам, это хороший инструмент для усиления синергии, а также формирования репутации и имиджа. При этом эксперт добавляет, что для успешного развития креативных кластеров важны не только интересные локации или здания (с историей, нетривиальной архитектурой), но и комфортные для резидентов арендные ставки, а также единое управление проектом.

УСИЛЕНИЕ СИНЕРГИИ Эксперты-урбанисты сходятся во мнении: положительные преобразования городской среды не только позитивно влияют на качество жизни граждан, но и сказываются на стоимости и инвестиционной привлекательности недвижимости. Так, примеры джентрификации ряда петербургских районов демонстрируют прямую взаимосвязь между улучшением среды и уровнем реализуемых девелоперских проектов. При этом большой вклад в «оживление» городской среды вносят и сами девелоперы. Эдуард Тиктинский, приводя в пример редевелопмент Левашовского хлебозавода и его преобразование компанией RBI в современное офисное пространство и общедоступный культурный центр, замечает, что после появления подобных объектов в локации стоимость жилья в ней вырастает на 5–10%.

Так, по словам госпожи Шарыгиной, создание креативного пространства на территории «Севкабель Порта» значительным образом изменило статус локации и способствовало появлению качественных проектов жилой и нежилой недвижимости. «„Севкабель Порт" изменил судьбу той части Васильевского острова. С Новой Голландией было примерно то же самое»,— замечает она. По мнению эксперта, позитивным образом на развитие локации у Арсенальной набережной повлияет и преобразование бывшего следственного изолятора № 1 «Кресты». О планах выставить данный лот на продажу за 1 млрд рублей недавно заявила госкорпорация «Дом.РФ». На его территории планируется создать арт-кластер. ■

УПРАВЛЕНИЕ РОСКОШЬЮ: ЭКСПЛУАТАЦИЯ ПО РАСТУЩЕМУ ТАРИФУ

В СЕГМЕНТЕ ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ОТМЕЧАЕТСЯ ПОВЫШЕННЫЙ СПРОС НА КВАДРАТНЫЕ МЕТРЫ, А ТАКЖЕ ИХ ПОСЛЕДУЮЩЕЕ КАЧЕСТВЕННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ СО СТОРОНЫ УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ (УК). ПРИ ЭТОМ САМ РЫНОК ЭКСПЛУАТАЦИИ ЖК ПРЕМИУМ-КЛАССА РАЗВИВАЕТСЯ ДОСТАТОЧНО МЕДЛЕННО. СРЕДИ ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ — ПО-ПРЕЖНЕМУ УК, АФФИЛИРОВАННЫЕ С ДЕВЕЛОПЕРАМИ, И В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ, ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТОВ, СЛОЖИВШАЯСЯ СИТУАЦИЯ ВРЯД ЛИ ИЗМЕНИТСЯ. ЕЩЕ ОДИН ТРЕНД ДАННОГО СЕГМЕНТА — ОСОБЫЕ ТАРИФЫ, РОСТ КОТОРЫХ, ПО СЛОВАМ АНАЛИТИКОВ, ДОХОДИТ ДО 40%. АНТОНИНА ЕГОРОВА

В 2024 году эксперты отмечают рост спроса и одновременное снижение предложения на первичном рынке элитного жилья Северной столицы. По данным NF Group, в третьем квартале по сравнению с предыдущим общее количество сделок увеличилось на 39%, а по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — на 27%. На этом фоне средневзвешенные цены на жилплощадь выросли на 11%. Локальный рынок эксплуатации и обслуживания жилья в городе также продолжает развиваться, отражая современные тренды цифровизации и растущие ожидания владельцев недвижимости премиум-класса.

При этом Георгий Рыков, соинвестор «Резиденции Рощино», обращает внимание, что рост спроса на качественные услуги связан с повышением требований к уровню обслуживания. Среди основных тенденций — стремление к индивидуализации услуг, рост популярности «умных» технологий, которые повышают комфорт и безопасность, а также внимание к вопросам экологии и устойчивого развития. «На рынке сегодня выделяются ключевые игроки: крупные управляющие компании и специализированные сервисные организации, которые предлагают широкий спектр услуг — от технического обслуживания и уборки до организации досуга и охраны. Наиболее востребованы услуги по управлению недвижимостью, включая комплексное обслуживание, а также услуги по уборке и охране. За этим стоит потребность собственников в минимизации рисков и повышении комфорта проживания»,— добавляет эксперт.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕН

СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ ЭКСПЛУАТАЦИИ СОСТАВЛЯЕТ 180 РУБЛЕЙ ЗА КВАДРАТНЫЙ МЕТР, НЕ ВКЛЮЧАЯ ПЛАТЕЖИ ЗА ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫЕ УСЛУГИ. В НЕКОТОРЫХ ПРОЕКТАХ ОНА ДОСТИГАЕТ 250–300 РУБЛЕЙ ЗА «КВАДРАТ»

ЗОЛОТОЙ СТАНДАРТ В целом в Петербурге немного локальных компаний, специализирующихся на управлении премиальными жилыми комплексами. При этом спрос на их услуги высок: качественный сервис — одна из основных составляющих успеха ЖК высокого класса. По данным NF Group, сегодня на рынке доминируют такие ведущие игроки, как Cosmoservice, независимая от девелоперов компания, и «Управление комфортом» группы RBI. Также, по словам Антона Орлова, директора отдела продаж земли и девелоперских проектов Nikoliers, в Северную столицу приходят компании из Москвы, например, комплексом «17/33» на Петровском острове будет управлять «Мосс Хоспиталити».

По словам Алии Ханбековой, директора департамента элитной недвижимости NF Group в Санкт-Петербурге, ключевая особенность обслуживания элитной недвижимости заключается в необходимости управления не только стандартными коммунальными услугами, но и более сложной внутренней инфраструктурой, включающей фитнес-залы, зоны отдыха, коворкинги и другие пространства общего пользования. Эти элементы становятся стандартом в элитных жилых комплексах и требуют высокого уровня эксплуатации, что напрямую влияет на удовлетворенность жильцов.

«Сегодня на рынке особенно востребованы такие услуги, как цифровые платформы и сервисы, а также персонализированные услуги. Ведущие игроки активно развивают мобильные приложения, позволяющие жильцам не только оплачивать коммунальные счета, но и заказывать дополнительные услуги: от мелкого ремонта до химчистки. Эти цифровые решения значительно упрощают взаимодействие с управляющей компанией и повышают удобство проживания. Также нормой становится высокий уровень персонализации через цифровые каналы. Жильцы ожидают, что все услуги — от бытовых до технических — можно будет легко заказать через удобные приложения, что способствует экономии времени и повышению лояльности клиентов»,— говорит госпожа Ханбекова.

По мнению господина Орлова, основными направлениями работы управляющих компаний в сегменте элитного жилья являются охрана и безопасность: установка (консультирование) систем видеонаблюдения, контроль доступа в здание, организация физической охраны. Кроме того, УК должна организовать профессиональную уборку комплекса и поддержание всех элементов в идеальном состоянии.

«В премиальных комплексах места общего пользования (МОПы) и двор — визитная карточка, с высококлассным дизайном, техникой и озеленением, которые требуют правильного и бережного ухода. Это же касается и инженерных систем. И, безусловно, еще одна составляющая — качественный консьерж-сервис: предоставление широкого спектра услуг, начиная от услуг по уборке квартир, доставке продуктов, аренде автомобилей, выгулу собак, заказу билетов и заканчивая организацией мероприятий»,— поясняет Антон Орлов.

СТОИМОСТЬ ОБСЛУЖИВАНИЯ По словам экспертов, несмотря на высокий уровень обслуживания, одной из проблем рынка эксплуатации и сервиса элитного жилья остается вопрос тарифов. Как отмечает Дмитрий Морковкин, доцент кафедры экономической теории Финансового университета при Правительстве РФ, стоимость услуг по эксплуатации и обслуживанию премиального жилья регулярно растет. Одну из главных причин этого эксперт видит в сохранившемся преобладании в некоторых сегментах импортных материалов, комплектующих, оборудования, а также в росте стоимости логистики, заработных плат персонала, тарифов ЖКХ.

«Даже высокодоходная аудитория элитного сегмента тщательно оценивает стоимость услуг. Высокие тарифы объясняются включением дополнительных услуг и обслуживанием сложных инженерных систем, а также затратами на эксплуатацию общих зон. На этапе покупки элитного жилья такие предложения кажутся привлекательными, но в процессе эксплуатации нередко возникают вопросы о прозрачности и структуре этих затрат»,— подчеркивает госпожа Ханбекова.

Она добавляет, что средняя стоимость эксплуатации составляет 180 рублей за квадратный метр, не включая платежи за жилищно-коммунальные услуги. Итоговая сумма зависит от количества квартир в комплексе и наличия помещений для общего пользования жителей. В некоторых проектах стоимость эксплуатации достигает 250–300 рублей за «квадрат». По сравнению с прошлым годом тарифы выросли или планируются к повышению на 30–40%.

ИНТЕРЕС К ПАКЕТНЫМ УСЛУГАМ При этом спрос на профессиональные компании и профессиональных управленцев будет по-прежнему расти, поскольку количество комплексов высокого класса увеличивается. И если раньше запрос на такие услуги был у ЖК класса de luxe, то сейчас, по словам господина Орлова, сервис востребован и в домах бизнес-класса.

«Что касается ближайших перспектив развития рынка, то основные игроки, вероятно, сохранят свои позиции. Управление элитными домами с высокотехнологичными инженерными системами требует значительного опыта и ресурсов, и новым игрокам будет сложно конкурировать с устоявшимися компаниями, которые обладают сильными командами и выстроенными бизнес-процессами. В будущем мы можем ожидать расширения спектра услуг, которые предлагают управляющие компании, но существенных изменений в составе участников рынка, скорее всего, не произойдет»,— считает госпожа Ханбекова.

По мнению господина Рыкова, в ближайшие годы рынок эксплуатации и обслуживания элитного жилья будет продолжать расти с акцентом на внедрение новых технологий и повышение уровня сервиса. До конца 2024 года стоит ожидать роста интереса к индивидуальным решениям и пакетным услугам, что даст возможность управляющим компаниям адаптироваться к изменяющимся требованиям клиентов. При этом в 2025 году рынок также может увидеть еще более активное внедрение технологий «умного дома» и устойчивого развития. ■

ИМПУЛЬС «ТИХОЙ ГАВАНИ»

В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ НА РЫНКЕ ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ С НАЧАЛА ГОДА НАБЛЮДАЕТСЯ ВЫСОКАЯ ПОКУПАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ. ЭКСПЕРТЫ СВЯЗЫВАЮТ ЕЕ С СОКРАЩЕНИЕМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ЖЕЛАНИЕМ ПОКУПАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНО ИНВЕСТИРОВАТЬ СВОИ СРЕДСТВА, А ТАКЖЕ С ГИБКИМИ УСЛОВИЯМИ, КОТОРЫЕ ПРЕДЛАГАЮТ САМИ ЗАСТРОЙЩИКИ. О ТОМ, КАК БУДЕТ РАЗВИВАТЬСЯ СЕГМЕНТ В БЛИЖАЙШЕЙ ПЕРСПЕКТИВЕ, КОРРЕСПОНДЕНТУ GUIDE РАССКАЗАЛА СОВЛАДЕЛЕЦ И ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ГК «ЕВРОСТРОЙ» ОКСАНА КРАВЦОВА. АЛЛА МИХЕЕНКО



ГЛЕБ ШИРОКОВ

GUIDE: Аналитики консалтинговых агентств сообщали, что за три квартала 2024 года число сделок на петербургском рынке элитных новостроек выросло почти на 40%. Меж тем объем предложения снижается. Какие прогнозы и ожидания к концу года?

ОКСАНА КРАВЦОВА: За первые три квартала для рынка премиальной и элитной недвижимости были характерны три тенденции: рост цен, увеличение продаваемой площади и практически полное отсутствие ипотечных сделок — на уровне статистической погрешности. В наших готовых элитных проектах, таких как «Приоритет», «Три грации», Esper Club (продажи которого мы в этом году полностью завершили), средний чек в сделке увеличился на 28%, составив 146,5 млн рублей, при средней площади квартиры 180 кв. м, которая также заметно выросла по сравнению со спросом в 2023 году.

За январь — сентябрь мы реализовали только одну квартиру с привлечением ипотеки, хотя ранее на ипотечные сделки у нас приходилось до 25% договоров, и преимущественно в премиум-классе. Более 70% сделок в 2024 году проходили с единовременной оплатой, остальное — рассрочка.

Из-за практически полного отсутствия новых элитных проектов в городе и сокращения предложения ценность таких объектов продолжит расти.

G: С учетом сокращения возможностей нового строительства в центре города и в таких районах, как Крестовский остров и Петроградская сторона, какие локации будут осваивать девелоперы элитной недвижимости?

О. К.: Сегодня в Санкт-Петербурге сложилась сложная ситуация с земельными участками для элитного строительства. Их почти не осталось в «классических» дорогих локациях. Поэтому некоторые девелоперы начинают вкладываться в позиционирование некоторых районов как новых элитных мест для проживания. Мы же предпочитаем не заниматься самообманом и называем проект элитным, только если он соответствует своему статусу и местоположению.

Этим летом мы купили один из последних участков в центре города — на набережной реки Фонтанки, 130, рядом с восхитительным Троицким собором. Это действительно «золотой» адрес на карте города. Великолепное окружение, сформированная инфраструктура, парадная набережная, памятники архитектуры. Именно здесь мы создадим новый клубный дом на 110 квартир. Проектированием занимается наш хороший друг и прекрасный архитектор — Евгений Подгорнов, автор почти всех наших элитных проектов в городе.

G: Что сейчас включают девелоперы в новые проекты элитной недвижимости? Какие есть запросы от потенциальных покупателей?

О. К.: Мы давно пришли к выводу, что, кроме местоположения, высочайшего качества, собственной инфраструктуры и неповторимых дизайнерских решений, элитный объект должен обладать высококлассным сервисом. Именно собственная служба сервиса и профессиональные работники создают атмосферу элитного клубного дома. Мы внедрили эту концепцию почти десять лет назад в нашем жилом комплексе «Привилегия» на Крестовском острове и с тех пор интегрируем ее в каждый наш новый объект.

Мы предоставляем высочайший сервис, соответствующий лучшим отелям мира. Жильцы наших домов знают, что для них доступны любые опции: от заказа уборки квартиры до бронирования частного самолета на Лазурное побережье. Нужно просто позвонить на ресепшен. Именно такой подход позволяет нам увеличивать пул лояльных клиентов, которые приобретают по несколько квартир в наших новых проектах.

Другая особенность — добрососедское комьюнити. Мы создали клуб друзей «Привилегия» — закрытое сообщество, в котором каждый сезон проходят светские мероприятия с участием артистов театра и кино, знаменитых музыкантов и художников. На таких вечерах люди знакомятся, общаются и даже находят новых партнеров по бизнесу. Мы очень дорожим нашим клубом и каждый раз стараемся удивить его участников новым форматом.

G: Игроки рынка говорят, что будущее элитной недвижимости Петербурга — за реконструкцией и реставрацией исторических домов. Так ли это? Какие сложности возникают на этом пути?

О. К.: Реконструкция и реставрация старинных зданий стали частью нашей стратегии в конце 2019 года. Тогда мы приобрели комплекс зданий на Малом проспекте Петроградской стороны, 79–83, который посредством капитального ремонта превратили в клубный дом премиум-класса «Мадонна Бенуа». Дореволюционный доходный дом в центре и два корпуса в стиле сталинского ампира по бокам сегодня уже можно увидеть во всей красе. В данном объекте полностью продана недвижимость, 70% собственников получили ключи.

Другой знаковый объект — клубный дом «Три грации» на пересечении Захарьевской и Потемкинской улиц напротив Таврического сада. Это бывший доходный дом Карла Шребера 1906–1907 годов постройки с дворцовыми планировками квартир. В открытой продаже сегодня находится 12 резиденций. Мы уже отреставрировали парадные фасады и ведем активные работы внутри: восстанавливаем интерьеры с каминами и изразцовыми печами, лепниной и скульптурами. Реставрация идет под наблюдением специалистов из КГИОП — мы находимся в постоянном диалоге с коллегами из комитета. Никто в городе не решался взять на себя ответственность за такой сложный проект, но мы, накопив богатый опыт работы в центре, увидели прекрасную возможность создать новый коллекционный дом на карте Санкт-Петербурга.

С учетом того, что в центре города сегодня почти не осталось участков под новое элитное строительство, реставрация и реконструкция видятся нам оптимальным решением. А главное — мы восстанавливаем великое архитектурное наследие Санкт-Петербурга. Для нас это не менее важно.

Среди особенностей работы с подобными объектами я бы выделила две вещи. Первая — несоответствие современных строительных норм правилам начала XX века. Из-за этого, а также из-за художественной и исторической ценности зданий-памятников крайне сложно прогнозировать сроки получения необходимой документации для проведения работ. А вторая особенность — коллекционная составляющая такой недвижимости. Исторические объекты похожи на коллекции. Квартира с богатой историей и декором требует детальной проработки, что ценится очень узким кругом лиц, которые знают, что и за какие деньги они приобретают.

G: Каковы сейчас перспективы развития загородной недвижимости? Почему девелоперы начали обращать больше внимания на этот сегмент?

О. К.: Загородный рынок переродился после пандемии COVID-19. Из-за самоизоляции многие люди переосмыслили ценность жизни за городом. Главное требование — транспортная доступность и наличие инфраструктуры внутри коттеджного поселка или малоэтажного жилого комплекса. Только тогда проект будет успешным. Поэтому многие девелоперы, обладавшие богатым опытом реализации успешных проектов в черте Петербурга, переориентировались на загородные объекты.

G: В этом году ГК «Евростройй» анонсировала крупный загородный проект во Всеволожском районе Ленобласти. Говорилось, что в его состав войдут 995 домовладений, включая более 800 участков с подрядом от 8 до 35 соток, а также таунхаусы. Какая концепция ждет этот проект?

О. К.: Наш проект включает тысячу домовладений на площади 240 га. С самого начала было ясно, что нам предстоит развивать комплексную инфраструктуру. Один из ключевых факторов при выборе участка — близость к магистрали. Инфраструктура создается не только для жителей нашего проекта, но и для всей локации. Мы строим школу на 480 учеников и детский сад на 300 мест, что делает проект социально значимым и поддерживаемым администрацией Ленобласти. Через год мы планируем открытие продаж. Проект включает рекреационную зону на 4 га с водоемом, пляжем и зоной барбекю. Концепцию благоустройства разработала компания Derevo Park.

Стоимость земельного участка планируется выше среднего. Если в регионе она составляет 2,5–3 млн рублей, то у нас будет примерно вдвое больше, но это соответствует актуальным рыночным ценам Всеволожского района. ■

ЧУВСТВО ЭКСКЛЮЗИВНОГО ОБЛАДАНИЯ

ОРИГИНАЛЬНЫЙ АВТОРСКИЙ ДИЗАЙН ВХОДНЫХ ГРУПП И МЕСТ ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ (МОП) СТАНОВИТСЯ ВАЖНЫМ ЭЛЕМЕНТОМ КОНЦЕПЦИИ ЛЮБОГО ВЫСОКОКЛАССНОГО ПРОЕКТА. ИМЕННО ОН ФОРМИРУЕТ ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ КАК О ДОМЕ, ТАК И О СТАТУСЕ ЕГО ЖИТЕЛЕЙ, ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ. В ОТВЕТ НА РОСТ НАСМОТРЕННОСТИ ПОКУПАТЕЛЕЙ ДЕВЕЛОПЕРЫ СТАРАЮТСЯ НАПОЛНИТЬ ЖИЛЫЕ КОМПЛЕКСЫ ЭКСКЛЮЗИВНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ И АРТ-ОБЪЕКТАМИ, А ТАКЖЕ ПРЕДОСТАВИТЬ ЖИЛЬЦАМ СЕРВИС, СОПОСТАВИМЫЙ ПО КАЧЕСТВУ С ПЯТИЗВЕЗДОЧНЫМИ ОТЕЛЯМИ. МИЛЕНА НЕЧАЕВА

ОТРАЖЕНИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ За последние годы роль оформления входных групп и общественных зон внутри жилых комплексов значительно возросла. Сегодня авторский дизайн МОПов является важной составляющей высококлассного девелоперского продукта.

«Оформление входных групп в дорогой недвижимости — это всегда индивидуальные дизайн-проекты. Не менее самостоятельные, как архитектурный проект или проект благоустройства»,— объясняет коммерческий директор ГК «ПСК» Сергей Софронов.

По словам Алии Ханбековой, директора департамента элитной недвижимости NF Group в Санкт-Петербурге, девелоперы иногда готовы пожертвовать частью «полезных» метров, отдавая предпочтение большему пространству лобби вместо увеличения продаваемой площади. При этом в верхнем ценовом сегменте оформление входных групп может отличаться. «В первую очередь разница в площадях. В бизнес-классе входная группа на 150 кв. м с гостиной и зонами отдыха вряд ли найдется. В делюксе и элитной недвижимости это часто встречающееся явление. Также в премиуме будут более дорогие материалы и большее внимание к деталям»,— указывает господин Софронов.



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА В ПРОЕКТАХ ВЫСОКОГО КЛАССА ДАВНО СТАЛИ МЕСТОМ ДЛЯ ОБЩЕНИЯ И ДАЖЕ ДЛЯ РАБОТЫ

В настоящее время архитекторы и дизайнеры все чаще работают над созданием концептуальных пространств, которые отражают идентичность и ценности жилого комплекса. «Насмотренность покупателей возросла: век информации и доступности позволяет им сравнивать множество объектов, изучать отзывы и выбирать наиболее подходящие варианты, оценивать лучшие зарубежные образцы недвижимости. Поэтому создание уникальных проектов МОПов — конечно, инструмент конкуренции»,— делится мнением Михаил Гущин, вице-президент по маркетингу и продукту группы RBI.

О заметном увеличении насмотренности говорит и Оксана Кравцова, генеральный директор ГК «Евростройс». «Покупатели обращают внимание на детали, подчеркивающие статус и качество жизни. Дизайн и уникальные решения, такие как лобби с художественными инсталляциями или элементы природы, усиливают ощущение эксклюзивности и придают проектам конкурентное преимущество»,— говорит она.

С госпожой Кравцовой солидарен генеральный директор VIPFlat Леонид Рысев. Эксперт подчеркивает, что покупателям дорогой недвижимости сегодня важен бренд дома, а также то, «как он себя преподносит». «Заходя в свой дом, они должны понимать, что купили квартиру за 100, 200, 300 миллионов или за миллиард. И, безусловно, чувствовать удовольствие и радость от вложения своих денег. Именно поэтому концепция входной группы должна отражать статус дома и его жителей»,— отмечает господин Рысев.



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

ЖИЛЫЕ КОМПЛЕКСЫ ВЫСОКОГО СЕГМЕНТА ВСЕ ЧАЩЕ СТРЕМЯТСЯ БЫТЬ ПОХОЖИМИ НА ПЯТИЗВЕЗДОЧНЫЕ ГОСТИНИЦЫ

ОСОБЕННОСТИ НАПОЛНЕНИЯ Принятым стандартом организации МОПов постепенно становится центральная входная группа. «При таком подходе, когда поток людей органичен входной группой, внутренняя дворовая территория остается приватной зоной только для жильцов. Входная группа — это и зона ожидания для гостей, и место встречи, и ресепшен. Конечно, это помещение должно быть просторным, чтобы давать ощущение пространства и света»,— замечает господин Гущин.

Как правило, в местах общего пользования присутствуют эксклюзивные арт-объекты, произведения искусства и даже иногда антиквариат. «Акцент делается на статусные материалы: мрамор, дерево, металл, стекло. В классе de luxe это пространства, напоминающие фойе пятизвездочного отеля: двухуровневые лобби с арт-объектами, мягкой мебелью, правильным освещением. Здесь важен не только внешний вид, но и атмосфера приватности и комфорта»,— говорит госпожа Кравцова.

При этом общественные пространства в проектах высокого класса давно стали местом для общения и даже для работы. «Наличие переговорных, сигарных комнат или статусного ресторана, в котором можно назначить встречу с бизнес-партнерами, стали обязательными элементами инфраструктуры в элитарном доме»,— продолжает госпожа Кравцова. Кроме того, по словам господина Рысева, жители нередко попадают в свою квартиру прямо из паркинга, поэтому сейчас стали создаваться паркинги с интересными элементами, например, с оригинальной подсветкой.

Опрошенные Guide эксперты также замечают, что сейчас жилые комплексы высокого сегмента все чаще стремятся быть похожими на пятизвездочные гостиницы — с точки зрения не только наполнения, но и сервиса. «Именно поэтому команда проекта добавляет в свои концепции визуальные и стилистические решения, функционал дорогих отелей. И речь идет не только о зонах ресепшен, но и о дополнительных сервисных помещениях, которые предназначены для персонала»,— рассказывает Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости и девелопмента земли Nikoliers.

По ее словам, нередко в таких домах жильцам предоставляется возможность воспользоваться услугами собственного консьержа, дворецкого, швейцара или посыльного. «Речь идет о ценности временного ресурса жителей дома. Покупатель сегодня более искушен не только в части насмотренности, но и в стремлении сохранить как можно больше времени для себя. И задача управляющей компании состоит в том, чтобы предоставить полный спектр сервисов и опций, которые бы сделали проживание легким, комфортным, бесшовным»,— заключает госпожа Конвей. ■

ДВОР, В КОТОРОМ Я ЖИВУ

СЕГОДНЯ БЛАГОУСТРОЙСТВУ СОВРЕМЕННЫХ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ УДЕЛЯЕТСЯ ОСОБОЕ ВНИМАНИЕ, НАРЯДУ С АРХИТЕКТУРОЙ ЗДАНИЙ ОНО СТАНОВИТСЯ ВИЗИТНОЙ КАРТОЧКОЙ ПРОЕКТОВ. КАКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ДВОРОВЫХ ПРОСТРАНСТВ ПРЕДЪЯВЛЯЮТ СЕГОДНЯ ПОКУПАТЕЛИ КВАРТИР В ПЕТЕРБУРГСКИХ НОВОСТРОЙКАХ, ВЫЯСНЯЛА КОРРЕСПОНДЕНТ GUIDE ВАСИЛИСА МОТОВА.

Прошли те времена, когда внимание дворовым территориям в жилых комплексах уделялось по остаточному принципу. Сейчас благоустройство дворов является неотъемлемой характеристикой современных жилых проектов вне зависимости от класса недвижимости. Уже давно внутренний двор стал важной частью концепции всего комплекса, так как на нынешнем высококонкурентном рынке нет незначительных деталей, когда речь идет о комфорте жильцов.



РСТИ

К БЛАГОУСТРОЙСТВУ ПРИДОМОВОЙ ТЕРРИТОРИИ ЖК «ТАЙМ СКВЕР» ДЕВЕЛОПЕР ПОДОШЕЛ КОНЦЕПТУАЛЬНО, РАЗВИВ ТРИ СЮЖЕТНЫЕ ЛИНИИ: СМЕНА ВРЕМЕНИ СУТОК, СМЕНА ВРЕМЕН ГОДА И ТЕМА ВЗРОСЛЕНИЯ

СЦЕНАРИИ ЖИЗНИ Как рассказала коммерческий директор холдинга «РСТИ» Екатерина Немченко, при покупке квартир в новостройках клиенты обращают пристальное внимание на концепцию оформления дворов. «Покупатели оценивают идею организации пространства, эстетику и одновременно с этим удобство использования и, конечно, функциональность. Важно не просто нарисовать привлекательные рендеры, а продумать до мелочей возможности и способы реализации идей, сценарии использования и, что немаловажно,— последующую эксплуатацию и уход за дворовым пространством»,— подчеркивает она.

Благоустройство прилегающих территорий в рамках жилых комплексов регламентируется нормативными требованиями, в которых, в частности, определяется необходимость выделять внутри ЖК площади под детские площадки с учетом возрастных групп, спортивные площадки, места отдыха для взрослых, а также пространство под озеленение. Следует отметить, что в отношении детских зон в нормативах обозначаются лишь требования к площади данных объектов благоустройства, но не указывается конкретный перечень оборудования. Таким образом, наполнение и внешний вид детских площадок остается на усмотрение застройщика, подтверждают участники девелоперского рынка. Понятно, что используемое оборудование детских площадок должно быть сертифицировано, установлено с соблюдением всех требований безопасности и соответствовать возрастной категории конкретной площадки.

РАЗВЛЕЧЕНИЯ С РАЗДЕЛЕНИЕМ Дети любят горки, качели, эстафеты, лазалки и, конечно, «классики». «Особенности развития ребенка на разных этапах взросления отражены в первую очередь в размерах оборудования и его сложности,— объясняет госпожа Немченко.— Наступает момент, когда дети вырастают и в подростковом возрасте теряют интерес к горкам и качелям, перемещаясь на спортивные площадки. Подросткам нужно место, где можно встретиться компанией, погонять на велосипедах, прокатиться на скейте. Взрослым нравятся беседки, удобные скамьи, шезлонги, качели».



РСТИ

ДЕТСКИЙ КОМПЛЕКС В ВИДЕ МАЯКА В ЖК «ЛАЙНЕРЪ» СТАЛ УДАЧНЫМ РЕШЕНИЕМ БЛАГОУСТРОЙСТВА НЕБОЛЬШОЙ ПРИДОМОВОЙ ТЕРРИТОРИИ

За последние годы спрос на мультиформатную среду в жилых комплексах увеличился в разы. Требования покупателей к качеству внутреннего пространства существенно выросли в период пандемии и до сих сохраняют тенденцию к расширению. Игроки первичного рынка недвижимости отмечают, что люди теперь хотят больше времени проводить дома и рядом с ним, меньше выезжать за пределы комплекса в поисках разнообразного досуга, а также иметь доступ к различной инфраструктуре, закрывающей их базовые потребности в отдыхе. Поэтому главная задача девелопера сегодня — создавать в жилых проектах среду, комфортную для жителей разных возрастных групп.

КОМФОРТ БЕЗ ГРАНИЦ Хорошо, когда у жилого комплекса большая территория. Тогда у девелопера есть возможности воплощать в обустройстве дворового пространства самые смелые идеи. Например, в ЖК «БелАрт» в Калининском районе Санкт-Петербурга внутри комплекса появится целый арт-бульвар: прогулочный променад с красивым озеленением, арт-объектами, спортивными площадками и детскими зонами для разных возрастных групп.

Даже если территория у комплекса небольшая, девелоперы все равно находят приемы, как сделать ее неповторимой и интересной для всех возрастных групп. Например, в ЖК «Лайнеръ» в состав благоустройства входят малые архитектурные формы (МАФ), выполненные по индивидуальному заказу: например, детский игровой комплекс в виде маяка. МАФ стал украшением всего комплекса и предназначен для детей среднего возраста. Для малышей с их возрастными предпочтениями на территории ЖК предусмотрен отдельный уголок, разработанный также специально для этого проекта. Для взрослых на территории ЖК отведено укромное место с качелями и смотровыми площадками. Все элементы благоустройства объединяет единая концепция на тему моря, морских путешествий и кораблей.

ОТДЫХ С РАЗМАХОМ В ЖК «Тайм Сквер» в Приморском районе, где территория позволяет реализовать широкий спектр возможностей в дизайне общественных зон, в организации придомовой территории применен более масштабный подход. Концептуальное благоустройство «Время» перекликается с названием жилого комплекса. Перед жителями развернутся три сюжетные линии: смена времени суток, смена времен года и тема взросления. На территории ЖК два центра притяжения — два двора, символизирующих солнце и луну. В центре главного по композиции «Двора солнца», входящего в состав первой очереди строительства ЖК, организована площадь. Двор представляет собой циферблат, от центра которого расходятся стрелки и сегменты. В сегментах размещаются площадки для игр и занятий спортом, в их расположении обыгран сюжет взросления. Функционально зоны делятся на детскую и юношескую, здесь также предполагается пространство для взрослых. Каждая площадка, как ритм движения стрелок на часах, следует одна за другой, символизируя преемственность поколений.

В составе второй очереди ЖК «Тайм Сквер» появятся прогулочная зона и детская площадка с батутами. В третьей очереди будет обустроен «Двор луны» с акцентом на место отдыха для взрослых, дополненное детскими игровыми площадками для разных возрастов.

Озеленение всей территории увязано с общей концепцией жилого проекта, в ландшафтном дизайне реализуется сюжет смены времен года. Растения подобраны в соответствии с принципами всесезонной декоративности, при этом основой являются хвойные растения во главе с елкой на центральной площади «Двора солнца».

ОБЩЕСТВЕННАЯ ЖИЗНЬ Коммерческий директор холдинга «РСТИ» поделилась мнением о том, как обычный благоустроенный двор превращается в полноценное общественное пространство внутри жилого комплекса. «Общение играет важную роль в жизни каждого человека, поэтому еще на стадии проектирования, разрабатывая концепцию благоустройства каждого проекта, мы думаем не только о детях и игровом оборудовании для разных возрастных групп, но и, к примеру, о занятиях спортом для наших резидентов. И это не только тренажеры в зоне воркаутов, но и столы для тенниса, где можно будет проводить внутридомовой чемпионат. Не просто озеленение и клумбы, а „городские сады“ — специально подготовленные для садоводов грядки и клумбы прямо возле их домов, где, общаясь, соседи с удовольствием разбивают свои цветники и ухаживают за растениями»,— приводит примеры Екатерина Немченко.

Еще один способ формирования комьюнити и выражения заботы о совместном досуге будущих соседей — организация творческих зон. Например, сооружение на территории ЖК амфитеатров и сцен, где можно просто посидеть теплым летним вечером или представить детский спектакль и даже целый концерт, нескучно провести время всем домом.

По словам госпожи Немченко, благодаря индивидуальному подходу к благоустройству каждого жилого комплекса проекты имеют свою узнаваемую особенность и предлагают разные форматы общения и взаимодействия жильцов ЖК. Так, в ЖК «Кинопарк» в Красносельском районе Петербурга можно будет организовать совместный просмотр фильмов на улице, а в ЖК холдинга «РСТИ» Eleven в Москве — проводить время в «общественных гостиных» под открытым небом. А Новый год резиденты жилых комплексов холдинга традиционно отмечают у елок-красавиц, которые заботливо высаживаются в каждом проекте «РСТИ» для веселых соседских хороводов. ■

К ЖИЛИЩНОМУ ВОПРОСУ — С УМОМ

«УМНЫЕ» ДОМА — СОВРЕМЕННЫЙ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЙ ТРЕНД В ОБЛАСТИ КОМФОРТНОЙ ЖИЗНИ. В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ СФЕРА ТАКИХ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ СИСТЕМ ТОЖЕ РАЗВИВАЕТСЯ И ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ ВСЕ ЧАЩЕ ИНТЕГРИРУЮТСЯ В НОВЫЕ ЖИЛЫЕ КОМПЛЕКСЫ, ПРАВДА, ПОКА ПРЕИМУЩЕСТВЕННО В СЕГМЕНТАХ ПРЕМИУМ- И БИЗНЕС-КЛАССА. ТЕМ НЕ МЕНЕЕ В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ, ПО СЛОВАМ ЭКСПЕРТОВ, РЫНОК БУДЕТ ЭВОЛЮЦИОНИРОВАТЬ В НАПРАВЛЕНИИ НЕ ТОЛЬКО РАСШИРЕНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ «УМНЫХ» СИСТЕМ, НО И СНИЖЕНИЯ СТОИМОСТИ ИХ ВНЕДРЕНИЯ И ЭКСПЛУАТАЦИИ. АНТОНИНА ЕГОРОВА

Сегодня под «умными» домами чаще всего понимают системы автоматизации управления всеми домашними приборами, включающие в себя датчики, управляющие элементы и исполнительные устройства. Во всем мире данная технология активно внедряется не только застройщиками в новых жилых объектах, но и простыми пользователями в эксплуатируемых домах. В России технологии «умных» домов пока не нашли такого же широкого распространения, как в зарубежных странах: на данный момент, согласно исследованию аналитической платформы GfK, около половины россиян, проживающих в крупных городах, пользуются системой «умного» дома. Для Москвы данный показатель составляет 56%, для Санкт-Петербурга — 53%, а для крупных городов УФО — только 46%.

«Если рассматривать рынок „умных“ домов с позиции девелоперского продукта, то на данный момент он находится на начальной стадии развития: решения применяются в отдельных проектах, но массового распространения пока не получили. В этом отношении рынок Санкт-Петербурга не отличается от других городов. Общая тенденция такова, что крупные федеральные застройщики, такие как „ПИК“ или „Самолет“, стараются внедрять технологии „умного“ дома в массовом продукте, либо предусматривают возможности для дополнительной комплектации ими продаваемых квартир. Если рассматривать местных застройщиков, таких как ЛСР, GloraX или Legenda, то преимущественно системы „умных“ домов предусматриваются только в проектах бизнес- и премиум-классов»,— отмечает Юлия Зубарик, эксперт по развитию городов и территорий, генеральный директор архитектурного бюро Master's Plan.

Наиболее популярным решением, по словам эксперта, сегодня является использование системы, основанной на технологии интернета вещей (IoT), которая позволяет дистанционно управлять электронными устройствами в квартире. Такая система повышает удобство пользования жильем и позволяет значительно сэкономить затраты времени на стандартные бытовые дела. Вместе с тем на данный момент установка таких систем также предполагает значительные траты, так как они включают в себя большое количество различных приборов и датчиков.

По словам Антона Мороза, вице-президента Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты (СПб ТПП), сегменты жилья, в которых наблюдается наибольший спрос на «умные» технологии, включают элитное жилье и бизнес-класс. Здесь «умные» технологии представлены в виде систем управления освещением, отоплением, кондиционированием, безопасностью и коммуникациями.

По мнению Алии Ханбековой, директора департамента элитной недвижимости NF Group в Санкт-Петербурге, в элитном сегменте особенно заметен тренд на механизированные двери, парковки и системы микроклимата. «Для премиум-жилья, где ограничена площадь участков, механизированные парковки стали решением, позволяющим застройщикам соблюдать высокие стандарты обеспечения парковочных мест. Системы „умного“ дома также находят все большее применение, включая управление микроклиматом в отдельных комнатах, что улучшает качество жизни и комфорт жильцов»,— поясняет эксперт.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ЭКСПЕРТЫ УВЕРЕНЫ, ЧТО СПРОС НА «УМНЫЕ» КВАРТИРЫ БУДЕТ ТОЛЬКО РАСТИ, А ФУНКЦИОНАЛ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ — РАСШИРЯТЬСЯ СОГЛАСНО ПОТРЕБНОСТЯМ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Опрошенные эксперты отмечают, что в последние годы наблюдается увеличение интереса к «умным» домофонам, системам видеонаблюдения, интеллектуальным системам управления освещением и отоплением. Причем для многих покупателей наличие этих технологий стало не просто комфортом, а необходимостью для повышения безопасности и оптимизации расходов на коммунальные услуги.

ЭКОНОМИЯ ИЛИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ТРАТЫ? По словам экспертов, как правило, крупные девелоперы заказывают у интеграторов разработку и запуск «умных» систем, ориентируясь на репутацию конкретной компании, качество предоставляемых услуг и возможности технической поддержки, а непосредственно оперируют ими самостоятельно. «Все управление „умными“ системами обычно осуществляется управляющими компаниями домов, которые чаще всего создаются самими застройщиками. При этом единого подхода к ценообразованию обслуживания „умных“ систем на данный момент не сформировалось. Однако есть закономерность, что чем больше умных систем задействовано в управлении домом, тем выше расходы на их содержание. Но вместе с этим „умные“ системы также позволяют оптимизировать использование воды, тепла и электричества, что, в свою очередь, приводит к экономии платежей за коммунальные услуги»,— отмечает госпожа Зубарик.

При этом, по мнению господина Мороза, в целом использование цифровых технологий в доме может привести как к увеличению, так и к снижению платежей за содержание, в зависимости от специфики «умных» систем, методов их установки и обслуживания, а также от индивидуальных потребностей и предпочтений жильцов.

Что касается затрат девелоперов на подключение цифровых сервисов, то, по словам Кирилла Романченко, исполнительного директора IT-компании «Юникорн», они являются минимальными по сравнению с бюджетом стройки. «При этом на этапе эксплуатации платеж для жильцов за коммунальные услуги увеличивается в среднем на 50–80 рублей, в зависимости от набора услуг и сервисов. За внедрение премиальных решений, с увеличенным функционалом и количеством оборудования, он может увеличиться до 200 рублей в месяц»,— добавляет эксперт.

Максим Жабин, директор по развитию ГК «Едино», отмечает, что еще на этапе проектирования новых жилых кварталов компания закладывает специальные слаботочные интернет-системы, создавая предпосылки для единой цифровой среды для будущих жильцов. «Это позволяет домам по мере их „взросления“ постепенно „умнеть“, адаптируясь к потребностям и предпочтениям конкретных пользователей. При этом мы пошли по пути бесплатного предоставления базового набора „умных“ сервисов и не берем плату за наличие системы умного дома, позволяя жильцам при желании расширять функционал интернета вещей по своему усмотрению и за свой счет»,— поясняет эксперт.

СПРОС И РАСШИРЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛА По словам экспертов, сегодня спрос на «умные» решения в жилье увеличивается. «Современные покупатели, особенно молодое поколение, ожидают, что их дом будет оснащен передовыми цифровыми технологиями, которые сделают их жизнь более комфортной, безопасной и эффективной. Кроме того, внедрение единой цифровой среды в жилых комплексах — это ключ к созданию действительно интеллектуальной и адаптивной экосистемы. Когда все системы дома — от безопасности до управления энергопотреблением — интегрированы между собой и с городской инфраструктурой, это позволяет добиться максимальной эффективности и синергии»,— поясняет господин Жабин.

По словам госпожи Ханбековой, увеличение спроса на системы управления микроклиматом, очистку и увлажнение воздуха, а также автоматизацию различных бытовых процессов свидетельствует о растущем интересе жителей к созданию максимально комфортных и энергоэффективных условий. Поэтому девелоперы будут все активнее внедрять такие решения, стремясь предложить жилье, соответствующее современным требованиям комфорта и экологической безопасности.

«Следовательно, рынок „умных“ домов в ближайшие годы будет активно развиваться, а использование „умных“ систем в квартирах станет очевидным конкурентным преимуществом девелоперских проектов. Следует ожидать, что на рынке решений „умных“ домов появятся новые игроки, а сами системы станут более доступными для широкого круга пользователей. Технологии также будут развиваться, а „умные“ системы в перспективе будут включать в себя большее число функций»,— добавляет госпожа Зубарик.

По мнению господина Мороза, в ближайшем будущем можно ожидать расширения функциональности «умных» устройств, появления новых интегрированных систем управления домом, увеличения количества устройств, поддерживающих стандарты связи и взаимодействия между собой, а также улучшения безопасности и защиты данных в «умных» домах.

«Также важным направлением развития рынка „умных“ домов является увеличение доступности и низкая стоимость „умных“ устройств для широкого круга потребителей. Кроме того, с появлением новых технологий, таких как искусственный интеллект, можно ожидать более адаптивных систем управления домом, способных предсказывать потребности и предпочтения пользователей, оптимизировать энергопотребление и улучшать комфорт и удобство жизни в домах»,— рассуждает он.

В целом эксперты уверены, что глобально концепция «умного дома» будет развиваться в нескольких ключевых направлениях. Во-первых, ожидается ее более тесная интеграция с экосистемами «умного города», что позволит жителям взаимодействовать с городскими службами и инфраструктурой напрямую. Например, получать оперативные уведомления об изменениях в работе общественного транспорта или коммунальных сетей.

Во-вторых, технологии искусственного интеллекта и машинного обучения будут активно внедряться в системы «умного дома», повышая их адаптивность и эффективность. «Мы видим большой потенциал в развитии предиктивной аналитики и искусственного интеллекта в сфере управления жильем. Возможность предсказывать поломки, оптимизировать энергопотребление, адаптировать микроклимат под нужды жильцов — все это открывает новые горизонты для повышения качества жизни и снижения издержек»,— говорит Максим Жабин.

Наконец, ожидаются дальнейшее расширение функциональности «умных» устройств и повышение их доступности для массового потребителя. В результате чего технологии постепенно станут неотъемлемой частью комфортной и безопасной жизни в современном мегаполисе. ■

ДАТЬ ШАНС НОВОЙ ЖИЗНИ

РАЗВИТИЕ ГОРОДА ПРЕДПОЛАГАЕТ НЕ ТОЛЬКО ПРИСОЕДИНЕНИЕ ПРИЛЕГАЮЩИХ ТЕРРИТОРИЙ, НО И ИЗМЕНЕНИЕ СУЩЕСТВУЮЩЕЙ ЗАСТРОЙКИ, МОРАЛЬНО УСТАРЕВШЕЙ, ФИЗИЧЕСКИ ИЗНОШЕННОЙ ИЛИ ПОПРОСТУ ПРОСТАИВАЮЩЕЙ. БУДУЩЕЕ ПЕТЕРБУРГА — ЗА РЕДЕВЕЛОПМЕНТОМ, РЕНОВАЦИЕЙ И ТОЧЕЧНОЙ ПЕРЕСТРОЙКОЙ. ВЕРА КОЧЕТКОВА

Два основных направления развития мегаполиса — освоение новых территорий для удовлетворения растущих потребностей и замена старого фонда на новострой. Второе в Петербурге традиционно связано с дополнительными трудностями, поскольку имеет массу ограничений и часто вызывает неодобрение со стороны общественности, в том числе градозащитников.

В городе исторически сложилось бережное отношение к дореволюционной застройке, даже если она не имеет охранного статуса. Проекты реновации, как правило, не слишком востребованы девелоперами: слишком много рисков и обременений, непредсказуемы объем вложений и сроки реализации. Если статус объекта не установлен, может потребоваться проведение соответствующих изысканий, а уж с памятниками архитектуры готовы работать только самые смелые. Соответственно, долгие годы Петербург активно стремился «на просторы», так как неосвоенных мест для новой застройки внутри города практически не осталось. Однако любые просторы имеют свои пределы, для жилья высокого класса «закадье» не очень подходит, и у общественности с градостроителями многочисленные «человейники» на окраинах также не вызывают восторга.

В последние годы все чаще говорят о необходимости пересматривать функционал городских (в том числе — околоцентральных) локаций, изучать их возможности с точки зрения реновации. Причем речь идет не о капитальном ремонте, а о модернизации и замене старого на новое. Потенциал редевелопмента огромен: выгодные локации с историей, сложившейся инфраструктурой и транспортной доступностью можно превратить в комфортабельное жилье за счет использования высококачественных материалов и передовых технологий. А еще это создание точек притяжения в виде креативных общественных пространств, спортивных площадок и детских парков.

УСПЕШНЫЕ КЕЙСЫ В начале 2000-х было начато строительство жилья на землях, где располагалось производство старейшей химической компании ООО «НПО „Пигмент“». В частности, был заявлен большой и амбициозный проект — ЖК бизнес-класса «Граф Орлов». Застройщик столкнулся со сложностью — сильной химической загрязненностью почвы, которую вывили во время эколого-химического обследования на этапе сноса. Девелопер провел все необходимые работы по рекультивации. И новый современный квартал «рекультивировал» прилегающие территории, обогатив инфраструктуру района фитнес-центром, спа, салоном красоты, студией йоги, детским садом и паркингом. Дополнительный плюс для жильцов верхних этажей — отличные виды, которые уже никто не испортит: строить более высотные здания рядом просто негде. И поборникам стиля возразить нечего: ЖК в стиле «сталинский ампир» по проекту «Студии М4» органично вписался в архитектуру Московского района.

Иной подход — элитный ЖК «Русский дом» на углу Баскова переулка и улицы Короленко (проект мастерской «Евгений Герасимов и партнеры»). До 2012 года здесь было несколько дореволюционных зданий, которые в советское время неоднократно перестраивались, а в постсоветский период и вовсе стояли заброшенными. Конфликт вокруг их сноса был бурным, да и новый проект сначала критиковали. Но по мере реализации «Русский дом» обретал все больше поклонников, в том числе — профессионалов: его наградили премией «Лучшая архитектурная концепция» на Urban Awards 2017, а также International Architecture Awards 2019 чикагского музея «Атенеум». И город от редевелопмента выиграл



ЕВГЕНИЙ ЛАВРЕНКО

РАНЕЕ НА МЕСТЕ ЖК «РУССКИЙ ДОМ» НАХОДИЛОСЬ НЕСКОЛЬКО ДОРЕВОЛЮЦИОННЫХ ЗДАНИЙ, КОТОРЫЕ В СОВЕТСКОЕ ВРЕМЯ НЕОДНОКРАТНО ПЕРЕСТРАИВАЛИСЬ, А В ПОСТСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД СТОЯЛИ ЗАБРОШЕННЫМИ



ЕВГЕНИЙ ЛАВРЕНКО

КЛУБНЫЙ ДОМ ESPER CLUB НА КРЕСТОВСКОМ ОСТРОВЕ ПОСТРОЕН НА МЕСТЕ ЗДАНИЯ НАЧАЛА XX ВЕКА, ПРИЗНАННОГО АВАРИЙНЫМ И НЕ ПОДЛЕЖАЩЕГО ВОССТАНОВЛЕНИЮ

— нарядный дворец a la Russe стал не только архитектурной доминантой района, но и новой туристической достопримечательностью. Кстати, именно Евгений Герасимов еще десять лет назад предупреждал: «Все окаменелое, жесткое, застывшее обречено на смерть. Развивается только то, что умеет приспосабливаться к новой жизни. Исходя из этого исторический центр Петербурга должен приспосабливаться к новым условиям жизни».

«ТОЧЕЧНАЯ РЕНОВАЦИЯ» Хорошим примером «точечной реновации» можно считать и клубный дом Esper Club на Крестовском острове, построенный на месте признанного аварийным и не подлежащего восстановлению здания начала XX века. Проект, разработанный студией Intercolumnium Евгения Подгорнова, неоднократно признавался лучшим в Санкт-Петербурге по версии международных и федеральных премий European Property Awards и Urban Awards. Внешний облик в стиле южного модерна с мавританскими мотивами внес приятное разнообразие в архитектуру «северно-модернового» Петербурга, а жителям доступна новая (и не только коммерческая) инфраструктура, в том числе необычная — на эксплуатируемой кровле.

Еще один популярный ныне объект — семиэтажное жилое здание на месте обветшавшего и расселенного дореволюционного доходного дома в Центральном районе (10-я Советская улица, 4–6). Будто собранное из деталей конструктора на «неправильном» треугольном участке, оно построено по проекту мастерской «Студия 44» экс-главы петербургского КГИОП Никиты Явейна. Прозванный в народе «утюгом», дом получил серебряный диплом архитектурного фестиваля «Зодчество-2008» и Гран-при архитектурного смотра-конкурса «Архитектон-2008». И стал не только доминантой микрорайона, но и востребованным фоном для селфи.

Многие некогда депрессивные районы города активно развиваются именно за счет появления в них современных жилых, деловых, торгово-развлекательных и многофункциональных комплексов. Примером масштабного редевелопмента стало освоение несколькими застройщиками земель бывшего молочного завода «Петмол». На тот момент общественность возражала против сноса корпусов, но время показало, что она была не права. Редевелопмент изменил в лучшую сторону все деловое, общественное и жилое пространство района в непосредственной близости от исторического центра. Завершением можно считать жилой комплекс с апартаментами Promenade в неоклассическом стиле по проекту архитектурной мастерской «ВЕК». Здесь тоже есть необычные общественные пространства: аллея со скульптурами современных петербургских авторов, литературная ротонда, площадка для игры в петанк.

При этом в двух шагах от новостроек продолжает разрушаться бывшее производственное здание СКБ «Ленмясомолмаш» (улица Красуцкого, 5), хотя на этом пятачке можно было бы построить деловой или торговый центр.

НА ПЕРСПЕКТИВУ Объем аварийных, морально устаревших и выработавших свой эксплуатационный ресурс зданий в Петербурге достаточно велик. Особенно перспективны в этом смысле спальные районы с советской типовой застройкой.

Благодаря редевелопменту районы, которые еще 40–60 лет назад были полужилыми-полуфабричными, сегодня становятся комфортными для жизни и архитектурно привлекательными. Понемногу преображаются, например, Калининский и Выборгский районы (где на месте бывших заводов у станции метро «Лесная» появились G9, «Life-Лесная», «Облака на Лесной» и др.). Но тот же Выборгский может «похвастать» территориями, где отжившие свой век сооружения годами простаивают, препятствуя эволюции города.

Так, долгое время не функционирует здание бывшего Всесоюзного НИИ целлюлозно-бумажной промышленности (ВНИИБ, 2-й Муринский проспект, 49). Его построили в 1957 году, а в постперестроечный период переформатировали под бизнес-центр. В настоящее время новый собственник ВНИИБ обдумывает реализацию проекта, планируя использовать здание по иному назначению, а в рамках развития территории — произвести капитальный ремонт нескольких поликлиник и открыть детский центр. Но против реновации выступают некоторые представители общественности.

Есть у точечной реновации и другие перспективы: например, перестройка малоэтажных зданий с увеличением высотности и модернизацией. Речь идет не о том, чтобы просто надстроить этажи, а о значимом улучшении того, что принято называть качеством жизни. Старые дома (как № 144 по Лиговскому проспекту) можно делать актуальными, наполняя современными инженерными и планировочными решениями. При этом за счет рекреационных зон, коммерческих и социальных объектов образуются новые точки притяжения (если говорить об общественных пространствах, достаточно вспомнить Новую Голландию и «Севкабель Порт»), а значит, привлекательность соседних территорий для инвесторов, покупателей и потребителей тоже усиливается.

Что важно: упомянутые здания не являются памятниками архитектуры (в отличие, например, от ресторана в Удельном парке, который, несмотря на угрозу обрушения, из-за норм городского законодательства не может быть отдан под редевелопмент), а значит, работать с ними хоть и сложнее, чем с новостройками в неосвоенных районах, но несколько проще, чем с охранными объектами. Реализация подобных проектов способствует улучшению архитектурного облика микрорайонов, позитивно влияет на благоустройство территорий и развитие социально-экономической сферы. И именно этот вектор развития будет актуальным для Петербурга в ближайшие годы. ■



ВАЛЕНТИН ЕГОРШИН

НЕЭКСПЛУАТИРУЕМОЕ ЗДАНИЕ БЫВШЕГО ВСЕСОЮЗНОГО НИИ ЦЕЛЛЮЛОЗНО-БУМАЖНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ, НЕ ПРИЗНАННОЕ КГИОП ПАМЯТНИКОМ

РЫНОК ВДОХНОВЛЯЕТ НА КРЕАТИВ

ТРЕНД НА СОЗДАНИЕ МУЛЬТИФОРМАТНЫХ ПРОСТРАНСТВ НА ТЕРРИТОРИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ЖК, УЧИТЫВАЮЩИХ ИНТЕРЕСЫ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ ЖИЛЬЦОВ, ПОЯВИЛСЯ В РОССИИ ЕЩЕ ДО ПАНДЕМИИ. НО В ПЕРИОД САМОИЗОЛЯЦИИ ОН УСИЛИЛСЯ И ДО СИХ ПРОДОЛЖАЕТ СТИМУЛИРОВАТЬ ДЕВЕЛОПЕРОВ К ТОМУ, ЧТОБЫ УДИВЛЯТЬ КЛИЕНТОВ РАЗНООБРАЗНЫМИ РЕШЕНИЯМИ. ВАСИЛИСА МОТОВА

Уже стало аксиомой, что покупатели выбирают сегодня не просто жилую площадь и планировку квартир, а полноценную среду и даже образ жизни. «Оформление дворов — важное конкурентное преимущество, которое влияет на привлекательность жилого комплекса для потенциальных покупателей,— подтверждает Антон Орлов, директор отдела продаж земли и девелоперских проектов Nikoliers.— Благоустроенные дворы создают комфортную и безопасную среду для жителей, а также могут повысить стоимость жилья». Следует отметить, что, уделяя большое внимание благоустройству территорий, девелоперы не только создают добавочную стоимость своих проектов, но и формируют особую ценность кварталов, районов и целых городов.



РСТИ

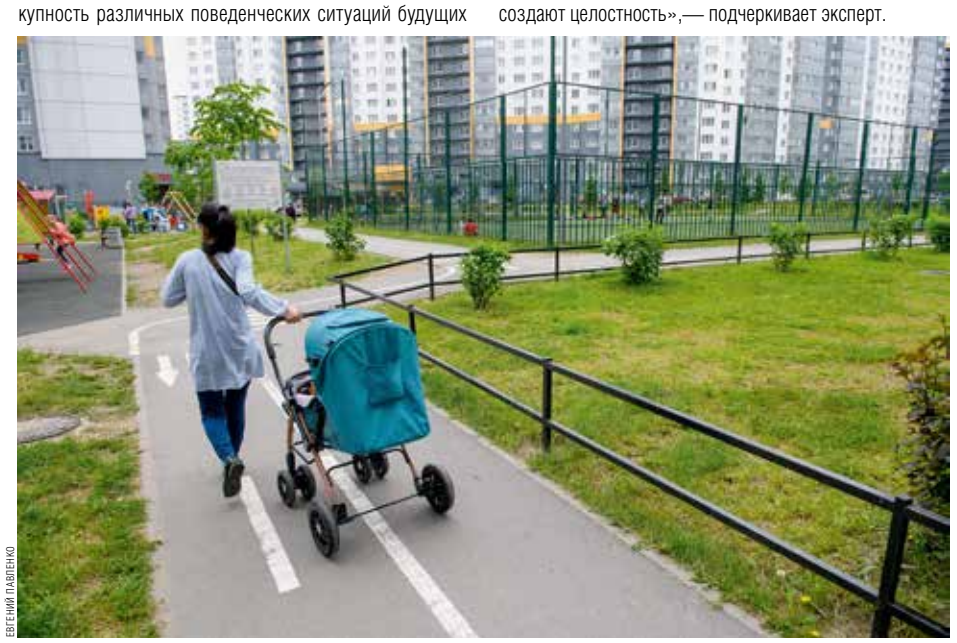
ПОДХОД ДЕВЕЛОПЕРОВ В ЧАСТИ ИНФРАСТРУКТУРНОГО НАПОЛНЕНИЯ ВНУТРЕННИХ ПРОСТРАНСТВ ЖК СТАНОВИТСЯ БОЛЕЕ ОСОЗНАННЫМ

БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРЕИМУЩЕСТВО Сегодня покупатель при выборе квартиры обращает внимание не только на планировку и ее функциональность и удобство. Он изучает дом во всех деталях: применяемые архитектурные решения, дизайн входных групп и МОПов, благоустройство придомовой территории, наличие зеленых зон. Немаловажным становится и то, как жилой комплекс «вписан» в город.

По мнению коммерческого директора холдинга «РСТИ» Екатерины Немченко, высококонкурентный рынок делает свое дело, проекты с каждым годом становятся интереснее. Девелоперы применяют не только накопленный опыт, но и креативное мышление, соединяя в единую концепцию архитектуру, дизайн, комфорт пользования, технологии и эстетику.

Участники рынка согласны, что все чаще потребители предъявляют требование расширенной концепции благоустройства придомовой территории. Так, в исследовании консалтингового агентства GMK «Мегатренды в девелопменте» говорится о человекоцентричном девелопменте как залоге устойчивого развития городов. За последние годы подход к обустройству придомовой территории у застройщиков изменился кардинальным образом. Во главе любой концепции развития территории теперь стоит человек с его потребностями в комфортном досуге и удобной логистике. Не зря в последнее время в обиход девелоперов вошло словосочетание «сценарии жизни», обозначающее совокупность различных поведенческих ситуаций будущих жильцов с началом эксплуатации ЖК, которые продумываются и прорабатываются сразу на стадии проектирования.

Однако, по оценкам аналитиков GMK, на начало 2024 года только 27% девелоперов применяли принцип сценариев жизни при создании новых проектов. По мнению Виктории Белявской, фаундера GMKStudy, партнера GMK, человек не может жить только в мире функциональности, потому что это ведет личность к деградации. «Среда влияет не только на состояние, но и на образ мысли людей. Спортивные и детские площадки, малые архитектурные формы (МАФ) дополняют архитектуру и создают целостность»,— подчеркивает эксперт.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ЭКСКЛЮЗИВНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ДВОРОВ ЯВЛЯЕТСЯ КОНКУРЕНТНЫМ ПРЕИМУЩЕСТВОМ

И СТАР, И МЛАД Одним из ярких актуальных трендов в благоустройстве дворов стало зонирование придомовой территории и ее функциональное наполнение в зависимости от возрастных групп и интересов жителей. От глубины проработки зонирования зависит, где уместнее расположить детскую и спортивную площадки, а где — тихую зону для спокойного отдыха. Более того, при организации дворовых пространств теперь учитываются уже даже не просто интересы различных целевых групп, но и различные темпераменты, особенности личностных характеристик людей, нестандартные запросы.

Эти объекты благоустройства в настоящее время становятся обязательными элементами привычного набора общественных зон жилых комплексов, на которые обращают внимание покупатели. «В новых проектах девелоперы тщательно продумывают функциональное зонирование придомовой территории: организуют зоны для спокойного и для активного отдыха не только для детей разных возрастных групп, но и для взрослых жителей жилого комплекса,— делится наблюдениями Ксения Федорова, аналитик-консультант NF Group в Санкт-Петербурге.— Например, в последние годы неотъемлемыми элементами инфраструктуры дворов становятся зоны для занятий спортом, площадки для командных игр, столы для настольного тенниса. Также все чаще в новостройках предусматривается инфраструктура для питомцев, например, площадки для выгула собак».

Специалисты подчеркивают: формирование такой многовекторной среды привлекает интересным наполнением, создающим особую атмосферу, не только потенциальных покупателей жилья, но также инвесторов и арендаторов коммерческих помещений. В месте, где людям просто нравится жить и проводить свободное время, коммерция и локальные бизнесы чувствуют себя превосходно.

БЕЗОПАСНОСТЬ НЕ ВЫЙДЕТ ИЗ МОДЫ Таким же базовым, как зонирование, стал тренд исключения автомобилей с территории дворов. Статья расходов на реализацию формата закрытых от машин дворов, по рассказам опрошенных девелоперов, закладывается отдельно в общую стоимость строительства. Как рассказала Guide Екатерина Немченко, безопасность и комфорт проживания по-прежнему являются основополагающими принципами при создании проектов: «Поэтому во всех проектах „РСТИ“ дворы закрыты для парковки транспорта, безопасность обеспечивается системой видеонаблюдения и закрытой для посторонних огороженной территорией».

С ЗАБОТОЙ О ДЕТСТВЕ Наполнение детских площадок при жилых комплексах также трансформируется, делится наблюдениями госпожа Федорова. «Количество однообразных типовых объектов сокращается, к проектированию детских зон во дворах все чаще привлекаются психологи. Среди интересных концепций можно выделить, например, детскую зону в ЖК „Лайнеръ“, выполненную в единой с архитектурой дома морской тематике»,— приводит пример аналитик NF Group в Санкт-Петербурге.

Упомянутый объект холдинга «РСТИ» расположен на правом берегу Невы в Невском районе Петербурга. Дизайн дворовой территории вдохновлен морскими круизами, а его доминантой станет маяк, который так же красив, как и функционален. Символ морских приключений станет не только украшением двора в ЖК, но и местом для захватывающих игр маленьких жильцов комплекса.

ЭКОЛОГИЯ ЖИЗНИ Особое внимание благоустройству дворовых пространств уделяется в проектах комплексного освоения территории, которые позиционируются девелоперами как «город в городе». «Когда жи-

ПАРТНЕР

РСТИ

РЕКЛАМА



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

В ОФОРМЛЕНИИ ПРИДОМОВОЙ ТЕРРИТОРИИ ЧАСТО ПРИСУТСТВУЮТ МАЛЫЕ АРХИТЕКТУРНЫЕ ФОРМЫ

лые комплексы располагаются в локациях без досуговой инфраструктуры, застройщики зачастую компенсируют это продуманными проектами благоустройства придомовой территории, в том числе путем разбивки новых скверов и парков»,— обозначает непроходящую моду на экологичность Ксения Федорова. Этот тренд также выражается в использовании в благоустройстве дворов натуральных материалов, акценте на озеленении. Придомовые пространства оформляются сейчас в различных стилях ландшафтного дизайна, все ярче проявляется мода на всесезонное озеленение, вертикальные сады, городские сады и даже сады с плодовыми деревьями.

Ландшафтный дизайн и озеленение становятся частью проекта комплексного благоустройства ЖК. Совместно с ландшафтными дизайнерами застройщики создают стандарты и концепции озеленения. В некоторых случаях для отдельных ЖК создаются даже собственные дендропланы. С учетом особенностей петербургского климата в оформлении дворовых территорий девелоперы стараются использовать привычные для северной природы виды растений, особенно вечнозеленые: ели, сосны, а также цветущие деревья и кустарники — каштаны, рябины, сирень.

В «РСТИ» при оформлении дворовых и придомовых территорий обычно применяют три яруса растений. Верхний ярус формируют деревья: клен остролистный, береза повислая, рябина и другие, средний ярус — кустарники. Это сирень, боярышник, гортензия. Кустарники и живые изгороди нижнего яруса в проектах компании представлены кизильником, дереном, спиреей, пузыреплодником. По такому же трехъярусному принципу высаживаются и хвойные растения. Лиственница, ель, сосна составляют верхний ярус. Горные сосны, можжевельники, карликовые ели входят в хвойные среднего и нижнего ярусов. Газоны в последнее время все чаще засеивают многолетниками, они проще в содержании и уходе, а визуально создают объем.

ДВОРОВЫЙ КЛАСС В части инфраструктурного наполнения внутренних пространств ЖК подход девелоперов становится более осознанным, отмечают эксперты. Для повышения ценности проекта важна не столько инновационность того или иного решения, сколько его польза для будущих резидентов и развития объекта после ввода в эксплуатацию.

Господин Орлов считает, что подходы к благоустройству жилых комплексов все еще различаются в зависимости от сегмента рынка. «В сегменте эконом-класса основное внимание уделяется базовым элементам благоустройства: озеленению, созданию детских площадок и мест для отдыха. В комфорт-классе появляются более сложные элементы: спортивные площадки, зоны для выгула собак и ландшафтный дизайн. В бизнес-классе и элитном сегменте благоустройство становится изысканным и включает уникальные архитектурные решения, дорогие материалы и профессиональное озеленение»,— рассказал эксперт Nikoliers.

Госпожа Федорова, напротив, полагает, что более детальная проработка концепций дворовых территорий в жилых проектах Петербурга стала общим трендом последних лет. «Качественное благоустройство придомовой территории перестало быть атрибутом исключительно высококлассного жилья. Интересные концепции все чаще внедряются и в проекты массового спроса. Элементы функционала и оформления дворов выступают довольно действенным маркетинговым инструментом, так как выделяют комплекс среди объектов-конкурентов»,— поясняет аналитик NF Group в Санкт-Петербурге.

ДИЗАЙНЕРСКИЙ УРОВЕНЬ Для создания комфортной и эргономичной среды внутри двора девелоперы все чаще привлекают известных дизайнеров и архитекторов, поскольку это дает возможность создать целую историю и философию комплекса, созвучную духу и архитектуре проекта. Причем нередко девелоперы выбирают архитекторов по итогам отдельного конкурса.

Екатерина Немченко убеждена, что эргономика — уже не просто слово, а руководство к действию при организации пространства, а благоустройство — не просто оформление прилегающей территории, но необходимость предусмотреть множество сценариев для проведения жильцами своего досуга рядом с домом. «К приемам, которые позволят выделить объект, относится не только запоминающаяся архитектура, но и благоустройство, фасадное освещение, современная инженерия»,— добавляет эксперт.

Для разработки концепций благоустройства жилых комплексов «РСТИ» привлекает профильные компании и специалистов в этой области. «В процессе работы над проектами, совместно с собственными продуктологами и специалистами по озеленению, для каждого проекта находится уникальный образ, философия пространства, исключительные особенности, что делает каждый проект авторским и уникальным»,— уточняет госпожа Немченко.

Так, например, концептуальное оформление приватной территории ЖК «Лайнеръ» разработано холдингом «РСТИ» совместно с агентством ландшафтной архитектуры и дизайна «Нескучный сад». Каждая составляющая проекта продумана так, чтобы создавать уютную и увлекательную обстановку для жителей комплекса.

ОБЩЕСТВЕННАЯ ПОЛЬЗА Тренд будущего девелоперских проектов — благоустроенные общественные пространства. В исследовании консалтингового агентства GMK аналитики констатируют, что, если еще несколько лет назад привычными были полностью закрытые дворы, то сейчас им на смену приходит сочетание приватной части ЖК для жителей проекта и открытой — для всех горожан.

По мнению авторов исследования, такой подход помогает налаживать диалог с городом и создавать в нем новые точки притяжения. Создавая общественные пространства, в жилой проект можно привлечь не только потенциальных покупателей, но и арендаторов коммерческих помещений, которые охотнее открывают бизнес в локациях с высоким трафиком. Экономическая выгода для девелопера заключается в повышении стоимости коммерческой недвижимости на первых этажах ЖК.

Общественные зоны могут быть реализованы в формате межквартальных бульваров, парков, общественной зоны с коммерческими помещениями, скейт-площадок или набережных. Кроме того, такие мультикластеры помогают создавать общественные пространства не только на уровне двора, но и на уровне квартала или микрорайона.

Когда девелоперы обращают внимание не только на детей и спортсменов, но и на другие категории жителей, дворовое пространство из транзитной зоны превращается в место для регулярного времяпровождения. Запрос на формирование комьюнити, сообществ по интересам решается еще одной модной «фишкой» — амфитеатрами. Аналитики думают, что этот запрос идет от молодежи, у которой личное пространство шире, чем у старшего поколения, поэтому для них нужно делать широкие скамейки, тротуары, дорожки, перголы. Большой популярностью пользуются зоны, где можно перемещать предметы по своему желанию. Например, городские шахматы. Этот вид благоустройства — один из самых дорогих, но горожане от него в восторге.

В качестве примера локальных общественных пространств можно привести арт-бульвар в ЖК «БелАрт». Бульвар концептуально объединит благоустройство всех частей масштабного проекта и точно станет одной из районных достопримечательностей. Променад с различными арт-объектами и многочисленными растениями протянется на 300 метров и будет состоять из игровых и спортивных площадок, приветственных и прогулочных зон, мест отдыха.

Как известно, «БелАрт» является частью международного проекта по созданию симметричных кварталов в Петербурге и Минске. Название комплекса совпадает с названием художественной галереи в центре столицы Белоруссии. Помимо нейминга, дизайнерские и ландшафтные решения променада вдохновлены белорусской природой и культурой страны. Парящие арки с качелями на приветственных площадках отсылают к силуэтам деревьев Беловежской пущи, а скульптурная композиция «Аисты» авторства Владислава Маначинского напоминает о благородных птицах — символе Белоруссии — и важности сохранения семейных ценностей. Еще одним украшением проекта станет арт-объект «Место силы», посвященный национальным белорусским орнаментам. ■

МНЕНИЕ

ЕКАТЕРИНА НЕМЧЕНКО, КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР ХОЛДИНГА «РСТИ»:



ПАВЕЛ ЛАХТАЧЕВ

— Современный покупатель при выборе нового жилья не просто рассматривает квартиру и то, насколько ее планировка соответствует его потребностям, а анализирует гораздо шире. Он изучает дом во всех деталях: архитектуру, дизайн входных групп, инженерию, ландшафт двора, а также квартал и то, как жилой комплекс «вписан» в город. Покупатель при приобретении квартиры оценивает идеи организации всего пространства жилого проекта, его эстетику и одновременно с этим удобство пользования и, конечно, функциональность. Важно не просто нарисовать привлекательные рендеры, а продумать до мелочей возможности и способы реализации идей, сценарии пользования, а также последующие эксплуатацию и уход.

Эргономика — уже не просто слово, а руководство к действию при организации пространства, а благоустройство — не только оформление прилегающей территории, но и необходимость предусмотреть множество сценариев для проведения жильцами своего досуга рядом с домом. К приемам, которые позволяют выделить объект, относится не только запоминающаяся архитектура, но и благоустройство, фасадное освещение, современная инженерия.

Не теряет актуальности и тренд на экологичность: в оформлении дворовой территории акцент делается на озеленении (с привлечением ландшафтных дизайнеров и профессиональных дендрологов), реализации концепции «двор без машин», создании малых архитектурных форм из натуральных материалов взамен конструкций из пластика. Жителям нравятся уютные беседки для тихого отдыха, амфитеатры или песочницы под навесом. Покрытия в зонах отдыха и на игровых площадках выбираются исходя из требований безопасности и практичности. Чаще всего это камень, террасная доска, резиновые покрытия в детских зонах для безопасности. Трендом в материалах уличной мебели и детских площадок является дерево натуральных оттенков.

Для мегаполисов крайне предпочтителен максимально возможный объем озеленения двора, поэтому очень востребованы на территориях ЖК прогулочные зоны, променады, парки и скверы.

КОВОРКИНГИ ПРОЯВЛЯЮТ ГИБКОСТЬ

ПО СОСТОЯНИЮ НА КОНЕЦ СЕНТЯБРЯ 2024 ГОДА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ФУНКЦИОНИРУЕТ 93 КОВОРКИНГ-ЦЕНТРА, БОЛЬШАЯ ЧАСТЬ ИЗ КОТОРЫХ РАСПОЛАГАЕТСЯ В ЦЕНТРАЛЬНЫХ РАЙОНАХ ГОРОДА, ПРИВОДЯТ ДАННЫЕ АНАЛИТИКИ КОМПАНИИ MARIS. ПРИ ЭТОМ ЗА ДЕВЯТЬ МЕСЯЦЕВ ТЕКУЩЕГО ГОДА РЫНОК ПОПОЛНИЛИ 12 НОВЫХ ОФИСНЫХ ПРОСТРАНСТВ И ПРОИЗОШЛО РАСШИРЕНИЕ ОДНОГО ДЕЙСТВУЮЩЕГО ПРОЕКТА. ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТОВ, В УСЛОВИЯХ СТАБИЛЬНОГО СПРОСА ТЕМПЫ РАЗВИТИЯ КОВОРКИНГОВ СНИЖАТЬСЯ НЕ БУДУТ. МИЛЕНА НЕЧАЕВА



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

СТАВКИ В ГИБКИХ ОФИСНЫХ ПРОСТРАНСТВАХ СУЩЕСТВЕННО ЗАВИСЯТ ОТ МЕСТОПОЛОЖЕНИЯ, ПРЕДЛАГАЕМЫХ УСЛУГ, А ТАКЖЕ ОТ ВИДОВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ОБЪЕКТА

В течение трех кварталов текущего года рынок Петербурга пополнился 2490 рабочими местами (13,1 тыс. кв. м), отмечают в Maris. В сравнении с аналогичным периодом прошлого года валовый прирост предложения рабочих мест в гибких офисных пространствах Северной столицы был ниже в 3,3 раза.

По словам Регины Волошенко, директора департамента офисной недвижимости NF Group в Санкт-Петербурге, на Центральный район — историческую часть города — приходится 34% действующих коворкингов (38% всех планируемых к открытию в ближайшие два года). «На втором месте по объему действующего предложения находится Петроградский район (18%). Замыкают тройку лидеров Адмиралтейский, Красногвардейский и Василеостровский районы, на которые приходится по 8% всех действующих площадей гибких офисов»,— говорит эксперт.

В Maris подсчитали, что до конца 2024 года планируются к открытию пять новых гибких офисных пространств суммарной вместимостью 740 рабочих мест (4,9 тыс. кв. м). Таким образом, прирост предложения рабочих мест в годовом выражении в 2024 году составит 30,5% при условии сохранения относительно стабильной экономической ситуации, указывают аналитики.

«Резидентами таких площадок часто становятся как стартапы, только начинающие формировать свое понимание по численности коллектива, так и большие региональные компании, выходящие на новый для себя рынок. А также крупные компании, которым необходимо найти быстрое временное (до года) решение для размещения людей»,— говорит Виктория Горячева, заместитель руководителя департамента офисной недвижимости Nikoliers. По ее словам, коворкинги позволяют регулировать размещение персонала и быстро адаптировать пространство под растущий (или уменьшающийся) коллектив, что сложно сделать в классических офисах.

При этом у классических офисных пространств и у гибких форматов есть своя аудитория. «Формат гибких офисов не подходит для штаб-квартир, которым важно создать ДНК компании. Многие не готовы переезжать в коворкинги из-за соображений корпоративной безопасности, кому-то не нужен обширный набор сервисов, а для кого-то финансовая составляющая такого комплексного подхода кажется завышенной»,— заключает госпожа Горячева.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ФУНКЦИОНИРУЕТ 93 КОВОРКИНГ-ЦЕНТРА

УМЕРЕННОЕ ПОВЫШЕНИЕ СТАВОК

Госпожа Волошенко замечает, что ставки в гибких офисных пространствах существенно зависят от местоположения, предлагаемых услуг, а также от видовых характеристик объекта. В Maris акцентируют, что запрашиваемые ставки аренды за три квартала в сравнении год к году показывает умеренный рост. Максимальное увеличение наблюдается в нишах часового и дневного тарифов.

В сравнении со вторым кварталом 2024 года в третьем квартале 2024 года запрашиваемые ставки аренды на фиксированные рабочие места, почасовой, недельный и десятидневный тарифы также демонстрировали умеренный рост, а ставки аренды на нефиксированные рабочие — незначительное снижение.

В NF Group уточняют, что самый высокий уровень ставок аренды в коворкингах Северной столицы фиксируется в Адмиралтейском, Красногвардейском и Центральном районах города (25–31 тыс. рублей в месяц). Минимальные цены зафиксированы в удаленных от центра спальных районах города — Выборгском и Кировском (10–13 тыс. рублей в месяц). В Maris приводят следующие цифры: по итогам третьего квартала стоимость аренды фиксированного рабочего места варьировалась от 5 до 34 тыс. рублей в месяц, средний тариф — 15,5 тыс. Плавающее рабочее место стоило от 5 до 25 тыс. рублей в месяц, средний тариф — 10,8 тыс. Дневной тариф аренды рабочего места на конец третьего квартала находился в диапазоне от 500 до 1900 рублей в день.

Впрочем, Алексей Мацкевич, руководитель федеральной сети коворкингов GrowUp, замечает, что заявленная и фактическая ставки зачастую могут отличаться в зависимости от конечных договоренностей, при этом у моноарендатора ставка, как правило, ниже.

РЕАКЦИЯ НА ИЗМЕНЕНИЯ

В Maris заявляют, что темпы развития сегмента коворкингов не снижаются, при этом существует потенциал роста в условиях сохраняющегося стабильного спроса на готовые офисные решения. Аналитики компании говорят о постепенном вымывании с рынка качественных оборудованных офисов в классических бизнес-центрах. В подобной ситуации все большую актуальность приобретают сервисные пространства, позволяющие компаниям быстро и с наименьшими потерями реагировать на динамично изменяющиеся экономические условия.

Эту тенденцию также подтверждают и в Nikoliers. «В целом на фоне острого дефицита на офисном рынке Санкт-Петербурга в классе А и активного вымывания наиболее качественных предложений в классе В арендаторы готовы рассматривать нестандартные решения. Прежде не проявляющие заинтересованности в гибких офисах компании готовы исследовать альтернативные варианты размещения в сервисных офисах в условиях повышающейся конкуренции за офисные лоты в классическом офисном сегменте»,— констатирует госпожа Горячева. ■

реклама 16+

Коммерсантъ в лучших местах Петербурга

РЕСТОРАНЫ

Бар-ресторан «География»	Рубинштейна ул., 5
Дворяне	Почтамтская ул., 1
«Кремль»	Выборгская наб., 55 (БЦ Gregory's Palace)
Литературное кафе	Невский пр., 18
«Метаморфоз»	Литейный пр., 5/19
Панорамный ресторан «На Поляне»	Свердловская наб., 44 Д
Ресторан-гостиная «Штакеншнейдер»	Миллионная ул., 10
Ресторан русской кухни Siberika	Лейтенанта Шмидта наб., 43
Ресторан «Сыроварня»	Ковенский пер., 5
«Сказка Востока 1001 ночь»	Лесной пр., 48
«Таверна Гролле»	Большой пр. В. О., 20
«Шаляпин»	Тверская ул., 12/15
Cafe Claret	Марата ул., 11
Le Vernissage	Римского-Корсакова пр., 5–7
Marius	Марата ул., 11
SETTLERS	Наличная ул., 24/1 А
Stroganoff Steak House	Конногвардейский б-р, 4

КАФЕ

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

ГОСТИНИЦЫ

«А1 Отель Санкт-Петербург»	Кирпичный пер., 3
Бутик-отель Miris	Всеволода Вишневского ул., 1 А
Бутик-отель «Северный цветок»	Марата ул., 40
«Гранд Отель Мойка 22»	наб. реки Мойки, 22
«Гранд Отель Эмеральд»	Суворовский пр., 18
Екатерина	Миллионная ул., 10
«Лотте Отель Санкт-Петербург»	Антоненко пер., 2, стр. 1
Отель «Гельвеция»	Марата ул., 11
Отель «Индиго»	Чайковского ул., 17
Отель «Братья Карамазовы»	Социалистическая ул., 11 АВ
Отель «Коринтия Санкт-Петербург»	Невский пр., 57
Отель «Мартин»	Марата ул., 12
Отель «Невский Берег»	Невский пр., 122
Отель «Традиция»	Добролюбова пр., 2
Отель Maria St. Petersburg	наб. реки Мойки, 26
Официальная гостиница «Эрмитаж»	Правды ул., 10
Талион Империал Отель	наб. реки Мойки, 59
Airportcity Plaza St. Petersburg	Стартовая ул., 6 А
Akyan Hotel	Восстания ул., 19
Author Boutique Hotel	Владимирский пр., 9
Cosmos St. Petersburg Olympia Garden Hotel	Батайский пер., 3 А
«Cronwell Inn Стремянная»	Стремянная ул., 18 А
Crowne Plaza St. Petersburg — Ligovsky	Лиговский пр., 61
DIPLOMAT Hotel	Дегтярный пер., 7 А
Grani Aparthotel	Большая Зеленина ул., 24
Four Seasons Hotel Lion Palace St. Petersburg	Вознесенский пр., 1
Majestic Boutique Hotel Deluxe	Садовая ул., 22/2
M-hotel	Садовая ул., 22 (вход с переулка Крылова, 2, со двора)
Novotel Санкт-Петербург Центр	Маяковского ул., 3, лит. А
Palace Bridge Hotel	Биржевой пер., 4 А
The Gamma Hotel	наб. Обводного кан., 130
Trezzini Palace Hotel	Университетская наб., 21
Welton Club Hotel & Apartments	Малая Разночинная ул., 11

ИНТЕРЬЕРНЫЕ МАГАЗИНЫ

Салон «Сентябревъ»	Каменноостровский пр., 19

БИЗНЕС-ЦЕНТРЫ

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

АВТОСАЛОНЫ

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

АВИАКОМПАНИИ

ГТК «Россия»	
ЦБА «Пулково-3»	

РАЗНОЕ

Аэропорт Пулково	бизнес-салоны, VIP-зал
Генеральное консульство Индии в Санкт-Петербурге	Рылеева ул., 35
Генеральное консульство Республики Узбекистан в Санкт-Петербурге	4-я Красноармейская ул., 4, лит. А
Единый Центр Документов	Красного Текстильщика ул., 10/12
Поезда «Сапсан»	бизнес-класс

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

www.kommersant.ru

ЕСТЕСТВЕННЫЙ ДЕФИЦИТ

С НАЧАЛА ГОДА В СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЕ НЕ ОТКРЫЛОСЬ НИ ОДНОГО НОВОГО ТОРГОВОГО ЦЕНТРА, ПРИ ЭТОМ НА ЗАВЕРШАЮЩЕМ ЭТАПЕ СТРОИТЕЛЬСТВА НАХОДЯТСЯ ТРИ КРУПНЫХ ОБЪЕКТА, РАСПОЛОЖЕННЫХ В ПЕТЕРБУРГСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ. ЭКСПЕРТЫ КОНСТАТИРУЮТ: ЗНАЧИТЕЛЬНАЯ ДОЛЯ ПЛОЩАДЕЙ УЖЕ НА ЭТАПЕ ДЕВЕЛОПМЕНТА «РАЗБИРАЕТСЯ» ПОТЕНЦИАЛЬНЫМИ АРЕНДАТОРАМИ, ПОЭТОМУ ПО ИТОГАМ ГОДА УРОВЕНЬ ВАКАНСИИ БУДЕТ ВСЕ ЕЩЕ БЛИЗОК К ИСТОРИЧЕСКОМУ МИНИМУМУ. МИЛЕНА НЕЧАЕВА

По данным консалтинговой компании Nikoliers, уровень вакантности в торговых центрах Санкт-Петербурга приблизился к историческому минимуму за последние десять лет и составляет 3,4% в среднем по городу, а в наиболее качественных ТЦ вакансия еще ниже — на отметке 2,1%. «Незначительные колебания этих показателей связаны с естественной ротацией арендаторов. С 2014 года ниже текущего уровень вакансии был только в 2018–2019 годах, когда доля свободных площадей составляла 3,1%»,— отмечают эксперты.

В NF Group акцентировали внимание на дефиците качественного предложения в данном сегменте. «За девять месяцев 2024 года не открылось ни одного нового торгового центра. Однако на завершающем этапе строительства находятся три объекта районного и окружного форматов, которые запланированы к открытию до конца года. Среди них — ТРК „Небо“ в Мурино (арендопригодная площадь — 25,7 тыс. кв. м), где появится первый районный кинотеатр, ТРК „Парк Молл“ на проспекте Просвещения (арендопригодная площадь — 35 тыс. кв. м), в котором будут представлены фуд-холл и образовательный коворкинг, а также ТРК „Лунапарк“ в Новогорелово (арендопригодная площадь — 10,7 тыс. кв. м)»,— делится Наталия Киреева, заместитель регионального директора департамента консалтинга и аналитики NF Group.

По ее словам, эти проекты продолжат тенденцию создания многофункциональных торговых центров, ориентированных на потребности современных покупателей. Они станут не только платформами для ритейла, но и районными центрами притяжения, обогатив рынок гастропространствами, развлекательными и спортивными операторами, а также социальными услугами, уточняют в Nikoliers.

Собеседники Guide констатируют, что значительная доля площадей в возводимых в настоящее время объектах уже на этапе девелопмента находится под переговорами с потенциальными арендаторами, поэтому высокого роста уровня вакантности в ТЦ Петербурга не предвидится. «Даже с учетом открытий новых объектов вакантность на рынке торговой недвижимости Северной столицы по итогам года не вырастет более чем на 5%»,— прогнозирует госпожа Киреева.

НА РЫНОК ПРОДОЛЖАЮТ ВЫХОДИТЬ НОВЫЕ ИНОСТРАННЫЕ И РОССИЙСКИЕ БРЕНДЫ. ПРИОРИТЕТНЫМ НАПРАВЛЕНИЕМ ДЛЯ НИХ ЯВЛЯЕТСЯ МОСКВА (81%), ДАЛЕЕ СЛЕДУЕТ ПЕТЕРБУРГ (9,5%), ПОДСЧИТАЛИ В NIKOLIERS. НАИБОЛЕЕ АКТИВНЫМИ БЫЛИ БРЕНДЫ ИЗ КИТАЯ (33% ОТ ОБЩЕГО КОЛИЧЕСТВА ОТКРЫТИЙ), ТУРЦИИ И ИТАЛИИ (ПО 14%). АКТИВНОСТЬ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ БРЕНДОВ ТАКЖЕ СОХРАНЯЕТСЯ, СРЕДИ ЛИДЕРОВ — КАТЕГОРИИ «ОДЕЖДА И ОБУВЬ» И «ТОВАРЫ ДЛЯ СПОРТА»



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

В КРУПНОГАБАРИТНЫХ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ 27% ПЛОЩАДЕЙ ЗАНЯТО МАГАЗИНАМИ ОДЕЖДЫ И АКСЕССУАРОВ

При этом на рынок продолжают выходить новые иностранные и российские бренды. Приоритетным направлением для них является Москва (81%), далее следует Петербург (9,5%), подсчитали в Nikoliers. Наиболее активными были бренды из Китая (33% от общего количества открытий), Турции и Италии (по 14%). Активность отечественных брендов также сохраняется, среди лидеров — категории «Одежда и обувь» и «Товары для спорта».

По оценке Валерия Трушина, партнера, руководителя отдела исследований и консалтинга IPG.Estate, рынок Санкт-Петербурга сегодня нуждается в открытии торговых центров районного формата в рамках проектов комплексного развития территорий. «Важно, чтобы ТЦ открывались своевременно в новых зонах развития, где живут люди, чтобы обеспечить функцию шопинга: закрыть спрос на товары повседневного потребления, а также функцию развлечений, дать жителям новых спальных районов найти места для развлечения в рамках агломераций»,— уверен он.

В Nikoliers добавляют, что по итогам третьего квартала наблюдается медленный, но стабильный рост индикатора посещаемости торговых центров Петербурга относительно прошлогодних показателей. «При этом посещаемость за восемь месяцев текущего года сравнялась с уровнем 2022 года. По нашим данным, до конца года индикатор сохранит стабильную динамику, превышая уровень 2023 года на 1%»,— указывают аналитики компании. ■



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

ЭКСПЕРТЫ УВЕРЕНЫ, ЧТО ЗАПРОС НА СТРОИТЕЛЬСТВО НОВЫХ ТЦ БОЛЬШЕЙ ПЛОЩАДИ СО ВРЕМЕНЕМ БУДЕТ НАРАСТАТЬ

«МЫ ПОТРАТИЛИ 1080 ЧАСОВ, СОВЕРШЕНСТВУЯ НАШЕ МЕНЮ»

РЕСТОРАН MUST РАБОТАЕТ НА ПЕТЕРБУРГСКОМ РЫНКЕ ШЕСТОЙ ГОД. НА ПРОТЯЖЕНИИ ЭТОГО ВРЕМЕНИ КОНЦЕПЦИЯ ЗАВЕДЕНИЯ МЕНЯЛАСЬ И РАЗВИВАЛАСЬ И СЕЙЧАС ОТРАЖЕНА В НАЗВАНИИ GRILL & WINE BAR. ЗДЕСЬ ПОДАЮТ МЯСО, ГОТОВЯТ КЛАССИЧЕСКИЕ БЛЮДА И ДОПОЛНЯЮТ ИХ ПОДХОДЯЩИМ ВИНОМ. О КОНЦЕПЦИИ MUST, СОЗДАНИИ НОВОГО МЕНЮ И КУЛИНАРНЫХ ЭКСПЕРИМЕНТАХ РАССКАЗАЛ В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ GUIDE ШЕФ-ПОВАР РЕСТОРАНА АЛЕКСЕЙ ПЕСТРЯЕВ. ВЕРОНИКА ПЕТРОВА

GUIDE: Must существует уже шесть лет. В чем его особенность?

АЛЕКСЕЙ ПЕСТРЯЕВ: Must до сих пор находится на пути становления и развития. Концепция ресторана на протяжении шести лет оттачивалась и совершенствовалась, проходя путь изменений и экспериментов. К нам никто не пришел и не сказал: «Вот ваша концепция, вы работаете теперь так». Мы выстраиваем стратегию сами. У нас абсолютно разные гости с разными запросами, что тоже влияет на формирование той самой концепции.

G: Какая сейчас концепция у Must?

А. П.: Она отражена в названии ресторана Grill & Wine bar. В меню доминируют мясные блюда, которые мы готовим на испанском гриле Josper. В обновленном меню появится копченое мясо, изготовленное в собственной коптильне.

Винную карту разрабатываем совместно с сомелье, активно принимающим участие в дегустации блюд. Такой подход гарантирует, что гость получит лучшее впечатление от еды и вина.

G: Должен ли ресторан меняться, ориентируясь на новые тенденции и тренды? Или заведению лучше сохранять свою концепцию?

А. П.: Новые тренды рождают новые концепции. Только открывающиеся рестораны формируют свою идею, отталкиваясь от актуальных тенденций. И это, конечно, интересно гостям. Но при этом посетители хотят стабильности — в первую очередь во вкусе. Мы видим эту тенденцию в Must. Гости хорошо относятся к обновлениям и нововведениям, но при этом большим спросом пользуется что-то понятное.

G: Как часто вы обновляете меню?

А. П.: Мы стараемся обновлять глобально два раза в год: к весенне-летнему сезону и к осенне-зимнему. Как раз сейчас я готовлю новое меню. И частично что-то меняем еще два раза в межсезонье.

G: Как выстроен процесс изменения меню? Кто первым дегустирует новинки?

А. П.: В первую очередь выявляется потребность наших гостей. Мы определяем, какие блюда пользуются большим спросом. Далее я формирую макет меню, а после его согласования с руководством начинаю этап проработки.

Моя команда пробует блюдо первой. На этом этапе мы отсеиваем то, что не соответствует каким-то параметрам: вкусу, технологичности или подаче. На втором этапе дегустируют другие сотрудники. И в финале все блюда, успешно прошедшие два отбора, пробуют владельцы ресторана. На этом этапе также происходит отбор. Только после него мы формируем основное меню.

G: На сколько сокращается список после трех этапов?

А. П.: Немного, потому что мы, разрабатывая меню, понимаем, какой у ресторана путь, какие блюда хотим предложить, какой у нашего гостя вкус. Думаю, максимум 30% отсеивается.

G: Вы полностью обновляете меню или какие-то позиции остаются неизменными?

А. П.: Конечно, то, что пользуется спросом, остается в меню. Наши несменяемые хиты — это огненный тартар и тартар из говядины с муссом из пармезана, щечки, стейки. Ассортимент стейков мы не меняли уже около года. Нам удалось подобрать оптимальное соотношение премиальных и альтернативных отрубов, удается соблюдать качество этих позиций, и в изменениях просто нет необходимости.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

G: Какие блюда войдут в новое меню осенне-зимнего сезона?

А. П.: Будет утиная грудка холодного копчения с фруктовой сальсой, маринованные перцы рамиро со страчателлой и анчоусом. Это новый пейринг к вину — у гостей есть запрос на большее количество закусок. Из интересного и не совсем обычного — будут бычьи хрустящие хвосты с луковым кетчупом.

G: Сколько времени уходит на создание одного блюда?

А. П.: В этом сезоне мы потратили 1080 часов, совершенствуя наше меню. Иногда от идеи до результата можно пройти один день, а иногда — недели. Вот сейчас у меня есть идея добавить салат в основное меню, но мне никак не удается подобрать соотношение компонентов, придумать подачу и форму. Поэтому пока это только идея в голове, которая будет реализована чуть позже.

G: В меню вашего ресторана присутствуют традиционная и авторская кухни. Как они соседствуют между собой?

А. П.: Соседствуют, как мне кажется, довольно успешно. У гостей есть запрос как на что-то новое и необычное, так и на стандартное. У нас, например, есть гость, который каждый день приходит и в основном заказывает одно и то же. При этом, по моим наблюдениям, он нет-нет да и закажет что-то другое. Стабильное и понятное тоже приедается.

G: Как вы выстраиваете работу с коллективом? Что нужно сделать шеф-повару, чтобы его команда работала как слаженный механизм?

А. П.: В первую очередь четко разграничить зоны ответственности и задачи. Есть я, у меня есть су-шефы, дальше идут повара: у всех должно быть четкое понимание, кто чем занимается. Во время работы необходимо поддерживать правильную атмосферу в коллективе, нужно понимать мотивацию поваров: для чего они каждый день приходят на работу. Команду нужно вовлекать в рабочий процесс: например, я привлекаю к процессу обновления меню всех желающих. Это тоже дополнительная мотивация для большинства сотрудников — у них появляется возможность привнести в ресторан что-то свое.

G: Чем отличается петербургская ресторанная культура от ресторанной культуры других городов? В чем ее особенности?

А. П.: В современной кухне Петербурга находит отражение историческая ленинградская кухня. Наш город обладает богатой историей в плане кулинарии, и он эту историю не растерял. Многие рестораны сейчас готовят по рецептам давних русских времен: русская кухня в Петербурге очень популярна. При этом у нас много заведений интернациональной кухни: ближневосточная, азиатская, французская, индийская. Мне кажется, гости в Петербурге более взыскательные, они больше обращают внимание на атмосферу, подачу, детали. Я также замечаю, что в нашем городе гораздо больше рестораторов — выходцев из шефов. И их заведения становятся успешными.

G: Оправданны ли эксперименты с рецептами? Как часто повару можно экспериментировать со вкусом?

А. П.: Экспериментировать можно и даже нужно. Это неотъемлемая часть нашей работы, это подогревает интерес к созданию блюд у всех сотрудников ресторана, не только команды на кухне. Но сейчас прослеживается тенденция на упрощение: гость хочет не то что простоты, он не хочет пробовать нелепые сочетания. Если раньше, например, лосось с банановым соусом было вау, то сейчас это скорее не поразит своим вкусом, а вызовет недоумение. А если гость попробует такой эксперимент, то велика вероятность услышать отзыв: «Это интересно…» А это самый страшный комментарий, потому что за ним следует: «…но пробовать я это больше не буду».

G: Какое самое экспериментальное блюдо есть сейчас в меню?

А. П.: Мы постоянно пробуем новые и необычные сочетания, но при этом понятные. Например, на один из ужинов мы готовили луковый брауни с грибным кремом, присыпанный стружкой жареного лука. Звучит экспериментально, но это был фурор. Сначала был небольшой скептицизм: «Шоколад, лук, грибы — как это может сочетаться?!» А это сочетается очень хорошо!

G: Его сейчас можно попробовать в ресторане?

А. П.: Нет, его нет в меню. Не рискуем его вводить. Это такой эксперимент, который мы оставили для различных мероприятий. В меню есть медовик с карамелизированными лисичками и грибным мороженым. Тоже неочевидное сочетание, но 98% гостей остаются в восторге.

G: В чем заключается формула успеха любого хорошего ресторана?

А. П.: Формула есть, и она одновременно простая и невероятно сложная: качественная еда, качественный сервис, продукт, меню. Очень важна работа с гостем. Важнейшее значение в современном мире играет маркетинговая стратегия ресторана. И, конечно, благополучие сотрудников.

G: Какой еще компонент есть в формуле Must?

А. П.: Это люди — сотрудники и гости. Мы ценим наших сотрудников, стараемся участвовать в их профессиональном росте, поощряем самостоятельное развитие. И очень ценим наших гостей и прислушиваемся к их мнению. ■



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

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

БУДЬ В КОНТАКТЕ

ПОДПИШИСЬ И ВЫИГРАЙ ПРИЗ ОТ ИД «КОММЕРСАНТЪ»

реклама 16+

kommersant.ru
санкт-петербург

ТРИ «КИТА» ЗАГОРОДНОГО ОТДЫХА

ПОСЛЕДНИЕ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ ТУРИНДУСТРИЯ ПЕРЕЖИВАЕТ ЗНАЧИТЕЛЬНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ. ПУТЕШЕСТВИЯ ПО РОДНЫМ РЕГИОНАМ НАБИРАЮТ ОБОРОТ НЕ ТОЛЬКО ИЗ-ЗА ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ, ВСЕ БОЛЬШЕ ВНИМАНИЕ УДЕЛЯЕТСЯ НАПРАВЛЕНИЯМ, ПОДДЕРЖИВАЮЩИМ МЕНТАЛЬНОЕ И ФИЗИЧЕСКОЕ ЗДОРОВЬЕ. РАСТЕТ ИНТЕРЕС К ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫМ ПОЕЗДКАМ, ЭКОЛОГИЧЕСКИМ ТРОПАМ И УНИКАЛЬНЫМ КУЛЬТУРНЫМ ВПЕЧАТЛЕНИЯМ. ПРИ ЭТОМ ТРЕБОВАНИЯ К КАЧЕСТВУ СЕРВИСА ТОЛЬКО РАСТУТ. О ТЕНДЕНЦИЯХ ЗАГОРОДНОГО ОТДЫХА НА ПРИМЕРЕ ЗАГОРОДНОГО КОМПЛЕКСА ПРЕМИУМ-КЛАССА «ЗОЛОТОЙ РУЧЕЙ» В ИНТЕРВЬЮ GUIDE РАССКАЗАЛ АНТОН ДЖУЛАЙ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ GSI. АЛИСА МАЛЬЦЕВА



ИЗ ЛИЧНОГО АРХИВА АНТОНА ДЖУЛАЯ

GUIDE: Какие тренды, на ваш взгляд, характерны для загородного гостиничного бизнеса?

АНТОН ДЖУЛАЙ: Основными по-прежнему остаются повышение уровня комфорта и удобства, относительно новыми — удовлетворение растущих запросов клиентов на восстановление и поддержание здоровья, с возможностью совмещения семейного отдыха и активного досуга. Мы отмечаем значительное увеличение спроса на пакетные туры и экотуризм. Именно поэтому мы много внимания уделяем организации комплексного отдыха, направленного на оздоровление.

Сегодня комплекс «Золотой ручей» готов предложить к услугам наших гостей экологические маршруты с сопровождением, сезонные оздоровительные программы на свежем воздухе, сбалансированное авторское меню в нашем ресторане, детский центр с развивающими и спортивными занятиями, а также разнообразные спа-программы. Мы всегда стремимся внимательно изучать ожидания наших гостей и стараемся их предвосхитить.

Примечательно, что в этом году индустрия столкнулась с нововведением — внедрением курортного сбора. В течение лета мы опробовали этот механизм в действии. Полагаю, что эффект от этой инициативы будет положительный, ведь полученные средства планируется направлять на развитие курортной инфраструктуры.

G: Вырос ли спрос на загородный сегмент ввиду сокращения возможности отдыха за рубежом? Как изменились предпочтения у людей?

А. Д.: Безусловно, на фоне ограничений выездного туризма местный загородный отдых предстает одним из основных направлений. Что касается общей статистики, то по итогам 2023 года в отелях страны остановилось на 13% гостей больше, чем в 2022 году. В загородных отелях нашего региона спрос даже превосходит предложение — и это с учетом того, что, по данным консалтингового центра «Петербургская недвижимость», за последние пять лет оно увеличилось более чем на 15%.

Если раньше бронировались в основном выходные и праздники, то теперь клиенты планируют также проведение семейного отпуска. Нам необходимо быстро подстраиваться под растущие запросы и инвестировать в дополнительные удобства для клиентов.

Так, в прошлом году, мы открыли пятизвездочный отель, ресторан с отдельной стеклянной панорамной террасой для организации свадебных торжеств и мероприятий, детский центр (с более чем 50 разнообразными направлениями фитнес- и арт-программ) и современную детскую игровую площадку. В ближайшей перспективе — открытие банного комплекса, состоящего из пяти аутентичных бань с авторским дизайном.

G: Насколько оправданны инвестиции в современных условиях?

А. Д.: У нас уже успешно работали «якорные» бизнес-направления, такие как теннисный клуб, фитнес и спа-салоны, которые генерировали клиентский спрос. За время работы комплекс зарекомендовал себя как «клуб идеального отдыха всей семьей в атмосфере абсолютного комфорта» по версии бизнес-премии «Деловой город — 2023». Открытие отеля было продиктовано запросами наших клиентов. Расчетный срок окупаемости в начале реализации проекта составлял десять лет, но с учетом текущего спроса мы прогнозируем его уменьшение до семи-восьми лет.

Учитывая растущий спрос на загородный отдых, а также то, что мы находимся недалеко от города и гостями нашего клуба являются жители Сестрорецка и Северной столицы, мы уверены, что такая инвестиция оправданна на все 100%. Планировалось создание отеля высокого уровня, и мне кажется, что у нас действительно получилось это сделать.

G: Характерна ли для рынка тенденция расширения загородного гостиничного бизнеса?

А. Д.: Гостиничный бизнес за последние несколько лет испытал целый спектр разных внешних воздействий, череду взлетов и падений: долгое восстановление после пандемии, уход международных операторов. А вот введение антироссийских санкций отразилось скорее в лучшую сторону, так как отрасль чувствует себя увереннее и наращивает обороты. Можно говорить о том, что мы проходим новый виток развития. Увеличился объем инвестиций в туристические объекты, несмотря на длительный срок окупаемости.

В загородном клубе «Золотой ручей» уже есть все необходимое для комплексного отдыха. Приезжая к нам на теннисные турниры, гости обычно бронируют проживание в отеле с семьей. Наблюдается спрос на аутентичный отдых с акцентом на особенности региона: природу, традиции, кухню. Мы откликаемся тематическими мероприятиями. Организовываем экскурсии по местным достопримечательностям, детокс-программы, проводим сезонные специальные предложения от шеф-повара нашего ресторана «GOSTЬ», отмечаем праздники: Масленицу, День знаний, Международный женский день, новогоднюю ночь и Рождество и другие интересные события.

G: На что делается ставка на рынке загородного отдыха?

А. Д.: Игроки рынка обязаны реагировать на запросы потребителей в части загородного отдыха. Сложно выделить что-то одно. Это совокупность факторов. Для нас, например, является очевидной необходимость делать ставку на экологичность. Курортную природную среду необходимо делать обязательной частью загородного отдыха.

В этом плане на руку играет месторасположение, непосредственная доступность водных объектов и леса, наличие удобных и неповторимо красивых прогулочных трасс. Мы уже давно проводим уроки и мастер-классы на природе, нами разработаны пешие и конные маршруты, мероприятия с профессиональными тренерами по йоге и туризму.

Не меньшее значение придается генерации положительных впечатлений. В нашем комплексе разработана насыщенная программа досуга, с учетом того, что гости проводят у нас несколько дней подряд. Организуются тематические семинары, мастер-классы, музыкальные и творческие встречи.

Также мы уделяем огромное внимание обеспечению люксового сервиса. Мы обладаем большим опытом в области обслуживания клиентов премиум-сегмента. Это большая и очень сложная работа, которая делается с удовольствием.

Еще один важный элемент — обеспечение гастрономического благополучия наших гостей. Мы учитываем разные запросы наших клиентов — от разработки эксклюзивных свадебных банкетов до фитнес-меню.

Внимание к деталям очень значимо. Все перечисленное и является теми элементами, из которых складывается впечатление наших гостей, то, от чего у них возникает желание вернуться снова и рекомендовать нас своим друзьям.

G: Какие тенденции развития загородного гостиничного бизнеса видите на ближайшую перспективу?

А. Д.: Выделю пять общих для отрасли ключевых точек развития: персонализация клиента, комплексное развитие туристической территории, пакетные туры, программы лояльности, развитие цифровых технологий.

Мы предполагаем основные усилия сосредоточить на удовлетворении индивидуальных запросов гостей нашего клуба, увеличении спектра услуг. Нашими клиентами в 2023 году стали молодые семейные люди в возрасте от 30 до 45 лет с активной жизненной позицией, прививающие здоровые привычки детям, стремящиеся к их развитию. И эту тенденцию мы планируем продолжать!

G: Если подытожить наш разговор, какие три «кита» загородного отдыха вы назовете основополагающими?

А. Д.: Экологичность, мультиформатность и сервис. В современном мире все больше людей осознает важность сохранения окружающей среды. Загородные комплексы, расположенные вдали от городского шума, предлагают уникальную возможность насладиться природой, не нанося ей вреда. Использование экологически чистых материалов в строительстве и обустройстве жилья, а также внедрение устойчивых практик, таких как переработка отходов и использование альтернативных источников энергии, становятся неотъемлемой частью концепции загородного отдыха. Это не только способствует гармонии с природой, но и создает более здоровую атмосферу для отдыхающих.

Загородный отдых должен быть разнообразным и адаптированным под разные предпочтения. Возможность выбора между активными видами досуга, такими как пешие прогулки, велопоездки или рыбалка, и более спокойными занятиями, например, йогой или медитацией на природе, делает отдых более привлекательным для широкой аудитории. Мультиформат позволяет каждому найти что-то по душе — будь то семейный отдых, романтические выходные или корпоративные мероприятия. Такой подход обеспечивает гибкость и возможность создания уникального опыта для каждого гостя.

Никакой отдых не будет полноценным без качественного сервиса. Забота о гостях должна проявляться на каждом этапе — от приветствия при заезде до прощания. Важно, чтобы персонал был внимателен к потребностям отдыхающих и был готов предложить индивидуальные решения. Высокий уровень сервиса включает в себя не только комфортные условия проживания, но и разнообразные дополнительные услуги — от организации экскурсий до выбора подушек. Чем больше заботы и внимания к деталям, тем выше вероятность того, что гости захотят вернуться. ■

НОВЫЕ ВКУСЫ В BELLEVUE

КУХНЮ «ГРАНД ОТЕЛЯ МОЙКА 22» НЕДАВНО ВОЗГЛАВИЛ БРЕНД-ШЕФ НИКОЛАЙ ХВАЛЫНСКИЙ. ОН ОБНОВИЛ МЕНЮ В РЕСТОРАНЕ BELLEVUE, ПРЕДСТАВИВ АВТОРСКОЕ ПРОЧТЕНИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ КЛАССИКИ. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

Шеф взял за основу французскую кухню с ее сложными соусами и выраженными вкусами каждого продукта, добавив азиатские ноты и скандинавский минимализм. Собственно, этот продуманный авторский микс и есть, в представлении шефа, современная петербургская гастрономия. «Не хочется делать примитивную кухню, хочется готовить так, чтобы гость получил уникальные эмоции»,— говорит Николай.

Среди новинок в меню — свекольное гаспачо с тигровыми креветками, огуречным мороженым и ржаным кранчем; палтус с вонголе, шпинатом, молодым горошком и вяленым томатом под соусом бер-блан; седло ягненка с молодой морковью, соусом жу с печеным огурцом и др.

Николай Хвалынский обладает большим профессиональным опытом. Более 25 лет он работал и учился в международных отелях и ресторанах Европы, Петербурга и Сочи (Pullman & Mercure Sochi Centre), делал серию мероприятий для фестиваля «Новая волна» и чемпионата мира по футболу. В Петербурге шеф известен по собственному проекту All grain совместно с AF Brew, который он считает самым интересным опытом.

«Я люблю эстетику и осознанность в еде, минимализм, баланс на тарелке. В зависимости от сезона и местности я планирую, какие продукты для приготовления лучше выбрать,— рассказывает Николай.— Конечно, глупо заниматься только экспериментами, поэтому я очень внимательно прислушиваюсь к обратной связи от моих гостей и коллег». ■



ГРАНД ОТЕЛЬ МОЙКА 22

НОВЫЙ БРЕНД-ШЕФ «ГРАНД ОТЕЛЯ МОЙКА 22» НИКОЛАЙ ХВАЛЫНСКИЙ



КОКТЕЛЬНОЕ БЮРО «АВАНГАРД»

ОСЬМИНОГ, ГЛАЗИРОВАННЫЙ СОУСОМ ПОНЗУ, С КРЕМОМ ИЗ БАТАТА И СЛИВОЧНО-МЯТНЫМ СОУСОМ

ДЕБЮТЫ В «АВАНГАРДЕ»

НОВЫЙ ШЕФ-ПОВАР КОКТЕЙЛЬНОГО БЮРО «АВАНГАРД» ИЛЬЯ КОРЕЙШ ПРЕДСТАВЛЯЕТ ОБНОВЛЕННОЕ СЕЗОННОЕ МЕНЮ. КОНЦЕПЦИЯ КУХНИ ОСТАЛАСЬ ПРЕЖНЕЙ: КРОМЕ АВТОРСКИХ И КЛАССИЧЕСКИХ АЛКОГОЛЬНЫХ И БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ КОКТЕЙЛЕЙ, ЗДЕСЬ ГОТОВЯТ ПОЛНОЦЕННЫЙ УЖИН. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

В числе новых закусок — индийская лепешка роти, жаренная на топленом масле, с рваной говядиной, томатной сальсой и пикантным майо; запеченный камамбер с ягодным вареньем из малины с брусникой и поджаренным злаковым хлебом; вителло тоннато с маринованным папоротником и тартаром из говядины с чипсами из моркови и свеклы.

В разделе горячих блюд теперь есть жженая брокколи с ореховым соусом и водорослями чукка; гребешки с муссом из запеченного сельдерея, шпинатным соусом и сезонными грибами; форель с морковным кремом и соусом на основе фенхеля и кинзы и другие блюда. На десерт предлагают, например, интерпретацию классического английского пудинга с финиками, курагой, кремом из черной смородины и вареньем из шишек или баскский чизкейк с вареньем из малины и брусники.

Илья Корейш начал свою карьеру семь лет назад в Комсомольске-на-Амуре, и сегодня в его портфолио известные петербургские проекты: Grasseria Breakfast Bar, бистро «Гребешки», рестораны «Сад». В свои 23 года Илья уже стал победителем популярного кулинарного шоу «Молодые ножи» на телеканале «Пятница». ■

ОСЕНЬ В ALL SEASONS

В РЕСТОРАНЕ АВТОРСКОЙ КУХНИ ALL SEASONS БОЛЬШОЕ СЕЗОННОЕ ОБНОВЛЕНИЕ МЕНЮ ОТ БРЕНД-ШЕФА СЕРГЕЯ ЯРОСЛАВЦЕВА. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА



ANNA BREATH

УТКА КОНФИ С КРЕМОМ ИЗ ЦВЕТНОЙ КАПУСТЫ И МОРОШКОЙ

Пряные, согревающие, ягодные оттенки вкусов напомнят о живописных красках осени и прогулках по лесу. Открывает осенний сет закуска, сочетающая свеклу и арбуз с освежающей нотой юдзу. Вторым курсом следует тунец с баклажаном кимчи и виноградом. В качестве горячей закуски подается печеная устрица с рокфором и топинамбуром. Кульминацией сета стала утка конфи с кремом из цветной капусты и морошкой, а также стейк бавет с белыми грибами и картофелем. На сладкое подают необычный по сочетанию текстур и вкусов десерт из лисичек с голубикой и сметаной. ■

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (выпуск Санкт-Петербург, Guide «Территория комфорта»)

Роман Уманский — генеральный директор АО «Коммерсантъ»
Михаил Лукин — главный редактор
Анатолий Гусев — автор дизайн-макета
Андрей Ершов — главный редактор СПб страниц
Александр Коряков — бильд-редактор
Алла Михеенко — выпускающий редактор
Марина Шевченко — корректор
Мария Громова — верстка
Марина Победенная — рекламная служба

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

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

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

Тираж: 9000
Распространяется бесплатно.
16+

Фото на обложке: Евгений Павленко

RBI

Каждый дом RBI — произведение
искусства с уникальным дизайн-кодом
и обязательной арт-составляющей



МИРЪ | Твоя Вселенная
на Миргородской улице

КУИНДЖИ



Дом, озарённый светом,
на Лиговском

СТРУНЫ



Новая мелодия
жизни на Шостаковича

ЛИТЕРА



Дом для авторов собственной
жизни на Большом Смоленском

ИСТОРИИ О САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ,
ЕГО ДОМАХ И ИСКУССТВЕ ЖИТЬ —
НА САЙТЕ RBI

329 79 79 RBI.RU

РЕКЛАМА. ДОМ «МИРЪ». АДРЕС: МИРГОРОДСКАЯ, 1. ООО «СЗ "ЭР-БИ-АЙ– МОСКОВСКИЙ"». ДОМ «КУИНДЖИ». АДРЕС: ЛИГОВСКИЙ ПР. 240. ООО «СЗ "ЧЕТЫРЕ ГОРИЗОНТА"». ДОМ «СТРУНЫ». АДРЕС: УЛ. ШОСТАКОВИЧА, 1. ООО «СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК "RBI-СЕВЕР"». ДОМ «ЛИТЕРА». АДРЕС: БОЛЬШОЙ СМОЛЕНСКИЙ ПР., ДОМ 6. ООО «СЗ "ЭРБИАЙ-6"». **ПРОЕКТНЫЕ ДЕКЛАРАЦИИ НА САЙТЕ: HTTPS://НАШ.ДОМ.РФ**

КВАРТИРЫ

ВЫСОКОГО КЛАССА

от Setl Group

SetlGroup
30 лет



ЖК IMPERIAL CLUB

ИСТОРИЧЕСКИЙ ВАСИЛЬЕВСКИЙ ОСТРОВ



ЖК GRAND VIEW

ПРЕМИАЛЬНЫЙ ПЕТРОВСКИЙ ОСТРОВ



ЖК SVETLANA PARK

УЮТНЫЙ ВЫБОРГСКИЙ РАЙОН

Петербургская Недвижимость
ПРОДАЖА КВАРТИР

33-55555

PN.RU

РЕКЛАМА. ЖК GRAND VIEW (ЖК «ГРАНД ВЬЮ»): ВВЕДЕН В ЭКСПЛУАТАЦИЮ И РАСПОЛОЖЕН ПО АДРЕСУ: СПБ, ПЕТРОВСКИЙ ПРОСПЕКТ, ДОМ 28, К. 2, СТР.1. ПРОДАВЕЦ ООО «РИНОВА». ЖК IMPERIAL CLUB (ЖК «ИМПЕРИАЛ КЛАБ») РАСПОЛОЖЕН ПО АДРЕСУ: Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, УЛИЦА МАСЛЯНЫЙ КАНАЛ, КАДАСТРОВЫЙ НОМЕР ЗУ: 78:06:0002102:1739. ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ ЕИСЖС (HTTPS://НАШ.ДОМ.РФ). ПЛАНИРУЕМЫЙ СРОК ВВОДА В ЭКСПЛУАТАЦИЮ – 3 КВ. 2026 Г. ЗАСТРОЙЩИК: ООО «СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК «ОСТРОВ СИТИ». ЖК SVETLANA PARK (ЖК «СВЕТЛАНА ПАРК») ВВЕДЕН В ЭКСПЛУАТАЦИЮ И РАСПОЛОЖЕН ПО АДРЕСУ: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, МАНЧЕСТЕРСКАЯ УЛИЦА, ДОМ 5, К. 1, СТР. 1. ПРОДАВЕЦ ООО «СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК «СОЗИДАНИЕ». ФАКТИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ БЛАГОУСТРОЙСТВА, ЛАНДШАФТА ТЕРРИТОРИИ, А ТАКЖЕ ВНЕШНИЙ ВИД ФАСАДОВ УКАЗАННЫХ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ МОГУТ ОТЛИЧАТЬСЯ ОТ ИЗОБРАЖЁННЫХ.