

ОСТРОВ ПЕРВЫХ

МАТИСОВ ОСТРОВ

НОВЫЙ ПРЕМИАЛЬНЫЙ КВАРТАЛ В ЦЕНТРЕ ПЕТЕРБУРГА

С ВИДАМИ НА НЕВУ

СТАРТ ПРОДАЖ

1-OSTROV.RU

РЕКЛАМА. 12+



ОСТРОВ ПЕРВЫХ

МАТИСОВ ОСТРОВ

В ШАГОВОЙ ДОСТУПНОСТИ
ОТ МАРИИНСКОГО ТЕАТРА И НОВОЙ ГОЛЛАНДИИ

ПРИВАТНАЯ ТЕРРИТОРИЯ,
СОЗДАННАЯ ВЕДУЩЕЙ СТУДИЕЙ GAFA

ПЕРВАЯ ПАРЯЩАЯ НАБЕРЕЖНАЯ ВДОЛЬ НЕВЫ

ЭРГОНОМИЧНЫЕ КВАРТИРЫ С ВЫСОТОЙ ПОТОЛКОВ ДО 3,3 М

АДРЕС: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ПЕРЕВОЗНАЯ УЛИЦА, ДОМ 1,ЛИТЕРА Б;
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ПЕРЕВОЗНАЯ УЛИЦА, ДОМ 1, ЛИТЕРА В.
РАЗРЕШЕНИЕ НА СТРОИТЕЛЬСТВО №78-001-0160-2024 ОТ
4.12.2024. ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ НАШ.ДОМ.РФ.
ЗАСТРОЙЩИК ООО «СЗ НОВЫЙ ОСТРОВ». *ФИЗИКА ДЕВЕЛОПМЕНТ

(812) 635-33-33

FIZIKA
development

РЕКЛАМА



Недвижимость. Новые пространства

ПАРКИНГ НАБИРАЕТ ЭТАЖНОСТЬ / 2
ВСТРОИТЬСЯ В КОММЕРЦИЮ / 3
ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ОБЩЕГО МЕСТА / 8

Среда, 23 апреля 2025
Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» №11
Коммерсантъ

Guide

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА

MG DEVELOPMENT
инвестиционно-строительная компания

ПАРТНЕРЫ ВЫПУСКА

6|3

FIZIKA development

РЕКЛАМА



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР GUIDE
«НЕДВИЖИМОСТЬ. НОВЫЕ ПРОСТРАНСТВА»

ДАВАЙТЕ УЖЕ ПОСЛЕ МАЙСКИХ

До наступления майских праздников осталась неделя, и традиционно жители больших городов начинают искать место, где можно провести длинные выходные. Но искать поздно: все приличные варианты, говорят эксперты, разобраны за несколько месяцев до каникул.

О том, что загородный сегмент становится привлекательным для крупных застройщиков, участники рынка говорят уже более пяти лет. О перспективности вложений в загородные апарт-отели говорят еще дольше. Но пока новых крупных проектов в области рекреационной недвижимости на рынке единицы. А спроси у местных жителей, какой самый приличный загородный пансионат в регионе,— процентов девяносто без запинки назовет базу, открытую с добрый десяток лет назад одним из бывших чиновников Ленобласти. А больше в голову особенно ничего и не приходит.

Потому что разговоры разговорами, а на деле загородный рынок остается для девелоперов территорией непонятной, малоизученной и не поддающейся какому-то прогнозированию. Каждый проект там штучный, реализовывать его и управлять им нужно, как это в свое время делал (и продолжает делать) упомянутый чиновник,— с душой. На поток такие проекты ставить не получается. И выходит, что крупным компаниям проще заниматься строительством привычных многоэтажек, пусть и со снизившейся теперь рентабельностью бизнеса.

А загородные пансионаты и базы отдыха, видимо, еще какое-то время будут оставаться уделом малого и среднего бизнеса. Что отчасти и хорошо. Пришедшим — ну когда-то же они должны будут прийти и в этот сегмент — крупным девелоперам придется уже подстраиваться под рынок, который будет более клиентоориентированным. Ведь малый бизнес — в силу своей природы — всегда ближе к запросам потребителя.

↑
КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ПАРКИНГ НАБИРАЕТ ЭТАЖНОСТЬ

ПРОБЛЕМА ПАРКОВОК В НОВЫХ ЖИЛЫХ КВАРТАЛАХ ОСТАЕТСЯ ПО-ПРЕЖНЕМУ НЕРЕШЕННОЙ: В КРУПНЫХ ЖИЛЫХ МАССИВАХ, ПОСТРОЕННЫХ НА ОКРАИНАХ ПЕТЕРБУРГА, НАЙТИ ПАРКОВОЧНОЕ МЕСТО ПО ВЕЧЕРАМ СТАНОВИТСЯ СЕРЬЕЗНОЙ ПРОБЛЕМНОЙ. ПРИ ЭТОМ ИНТЕРЕС К ПРИОБРЕТЕНИЮ МАШИНО-МЕСТ В МНОГОУРОВНЕВЫХ ПАРКИНГАХ У ПОКУПАТЕЛЕЙ ПО-ПРЕЖНЕМУ НИЗКИЙ. ДА И ДЕВЕЛОПЕРЫ НЕ СТРЕМЯТСЯ СТРОИТЬ МНОГОЭТАЖНЫЕ ПАРКОВКИ, ТАК КАК ПРОДАВАТЬ ИХ ПРИХОДИТСЯ НИЖЕ СЕБЕСТОИМОСТИ. КИРИЛЛ КОСОВ

В Петербурге в соответствии с нормативами застройщик должен оборудовать одно машино-место на 80 кв. м жилья. При этом строительство паркинга — всегда трудоемкий и затратный процесс, поэтому каждый застройщик разрабатывает собственную стратегию реализации, на которую будет влиять целый ряд факторов: класс жилья, участок застройки и технические возможности.

Паркинги делятся на несколько типов. Евгений Тихоненко, директор по маркетингу группы компаний VALO, говорит, что самым комфортным считается подземный с доступом на лифте из каждой секции. Однако в то же время такой тип паркингов — наименее рентабельный. Подземный паркинг обязателен в объектах высокого класса, там количество мест должно соответствовать нормативам. В бизнес-классе коэффициент машино-мест должен быть на уровне 0,6.

Чуть менее комфортным считается крытый наземный многоэтажный паркинг. В объектах высокого класса такие типы паркинга нежелательны. Для проектов среднего ценового сегмента будет достаточен коэффициент 0,2–0,4.

«Наконец, возможен вариант с плоскостной парковкой — наименее комфортным вариантом для потребителя. Такие паркинги рентабельны в проектах комфорт-класса»,— говорит господин Тихоненко.

Павел Мельников, директор департамента развития проектов Setl Group, обращает внимание, что многоуровневые наземные паркинги обычно обходятся застройщикам дешевле, чем подземные, но их можно реализовать далеко не на всех участках, особенно если речь идет о локациях в центре города. В этом случае придется столкнуться с различными сложностями, которые повышают стоимость работ, это, в том числе, высокие грунтовые воды, особенности окружающей застройки, требования к гидроизоляции и вентиляции.

Роман Селезнев, заместитель директора проекта «Юнтолово» компании «Главстрой Санкт-Петербург», отмечает, что в историческом центре, в зоне охраны объектов культурного наследия, действуют градостроительные регламенты закона КГИОП, а нормативы варьируются от 80 до 150 кв. м квартир на каждое парковочное место.

«В Ленобласти нормативы устанавливаются на уровне муниципальных образований. Отмечу только, что в локациях, находящихся вблизи от города, действуют требования, сравнимые с петербургскими. Девелоперы всячески стремятся к этому при реализации проектов паркингов в составе жилых комплексов. Однако осуществить это крайне сложно из-за постоянного роста стоимости строительства при отсутствии возможности существенного увеличения стоимости реализации машино-мест. Это вынуждает застройщиков оптимизировать проектные и технические решения, в том числе за счет размещения встроенных коммерческих помещений»,— говорит эксперт.

ТРЕБОВАНИЯ ПОВЫШЕННОЙ КОМФОРТНОСТИ Ирина Кошечка, генеральный директор архитектурной мастерской «Миронов и партнеры», указывает, что к паркингам в составе премиальных ЖК предъявляются требования повышенной комфортности. «Среди основных требований можно перечислить следующие. Паркинг должен быть отапливаемым, это очевидный плюс в нашем северном климате. При этом температура в помещениях паркинга должна быть в диапазоне плюс 18–20 градусов»,— поясняет она. По словам эксперта, места в паркинге должны иметь увеличенные габариты по длине, ширине, и высоте, что отвечает габаритам автомобилей премиум-класса, а также автомобилям с багажными боксами. Ориентировочные габариты машино-места должны быть не менее 5,4 х 2,7 м при высоте 2,3 м. Парковочные места могут быть также дополнительно расширены, на этой площади предусматривается место для хранения автомобильных аксессуаров. Помещение паркинга должно быть по возможности с редкой сеткой колонн для комфортного маневрирования крупногабаритных автомобилей. Паркинг должен соединяться с входными группами комплекса без выхода на улицу или иметь общие лифтовые группы с вестибюлем и жилыми этажами, если паркинг подземный. Также в помещениях паркинга могут размещаться сопутствующие услуги: шиномонтаж, хранение сезонной резины, мойка, небольшой диагностический центр.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

В СЕГМЕНТЕ ЭЛИТНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ БОЛЬШАЯ ЧАСТЬ ПАРКИНГОВ ПРОДАЕТСЯ ДО ВВОДА В ЭКСПЛУАТАЦИЮ. В ЖК КОМФОРТ-КЛАССА, КАК ПРАВИЛО, ЧАСТЬ МАШИНО-МЕСТ ОСТАЕТСЯ НЕРЕАЛИЗОВАННОЙ В СОСТАВЕ ЖИЛЫХ КВАРТАЛОВ ПОСЛЕ ВВОДА В ЭКСПЛУАТАЦИЮ И РЕАЛИЗУЕТСЯ В ТЕЧЕНИЕ ТРЕХ-ПЯТИ ЛЕТ

«Что касается количества машино-мест на квартиру, то здесь учитываются и нормативные требования на квадратный метр площади квартиры, и маркетинговое задание, прогнозирующее количество жильцов в квартире, их образ жизни, семейный статус. В среднем для ЖК премиум-класса можно сказать, что одно машино-место на однокомнатную или двухкомнатную квартиру может быть допустимым, в то время как для многокомнатных квартир требуется уже не менее двух машино-мест. Застройщик при расчете необходимого количества машино-мест для конкретного ЖК учитывает весь комплекс параметров, в том числе себестоимость сооружения одного машино-места с учетом плотности окружающей застройки, геологические особенности участка»,— рассказывает госпожа Кошечка.

Оборудование паркинга в историческом центре Петербурга является, как правило, задачей повышенной сложности из-за сложной геологии и плотной, часто разнородной и разновозрастной застройки этого района. По общим оценкам, себестоимость строительства машино-места в историческом центре может отличаться в два-три раза по сравнению со стандартным аналогом.

ПРИВЛЕЧЬ ПОКУПАТЕЛЯ Для привлечения покупателей девелоперы в своих проектах устанавливают усилители GSM-сигнала в паркинге, создаются автоматизированные системы бесконтактного доступа в паркинг и к лифтам. Также в паркингах многих ЖК появляются зарядные станции, они могут быть как персональными, так и общедоступными для быстрой зарядки электроавтомобилей. Создаются пит-стоп-станции, где можно подкачать колеса или пропылесосить салон.

«В проектах высокого класса считается хорошим тоном иметь атрибуты дизайнерского оформления в паркингах. Например, в наших элитных ЖК отделка лифтовых холлов в паркинге соответствует той, что реализована на жилых этажах, такое преимущество могут позволить себе далеко не все застройщики. Помимо этого, для удобства клиентов контрастным цветом выделены зоны для входа в парадные, чтобы визуально было понятнее, куда идти. В целом реализована подробная навигация, которая не только обозначает въезд и выезд, но и помогает разобраться, как проехать к тем или иным машино-местам»,— делится господин Мельников.

Господин Селезнев отмечает, что уровень спроса на оборудованные паркинги зависит от классности проекта: сегмент жилого комплекса должен коррелировать с выбранной локацией, объемом застройки, обозначенной ЦА, а также со стоимостью парковочных мест.

«В сегменте элитной недвижимости большая часть паркингов продается до ввода в эксплуатацию. В ЖК комфорт-класса, как правило, часть машино-мест остается нереализованной в составе жилых кварталов после ввода в эксплуатацию и реализуется в течение трех-пяти лет»,— говорит эксперт.

ЦЕНЫ РАСТУТ Господин Тихоненко рассказал, что еще два года назад цены на паркинг по Петербургу в среднем составляли 0,6–1,4 млн рублей. В настоящее время цены могут достигать 2,2 млн рублей. В столице, по данным пресс-службы ГК «Стилобат», в проектах класса de luxe стоимость машино-мест достигает 20 млн рублей за лот. За последние два года стоимость мест в подземном паркинге в Москве выросла в среднем в два раза. В «Стилобате» отмечают, что цены на парковочные места обусловлены не только сложной инфраструктурой объектов de luxe, но и сложностью создания подземного паркинга в историческом центре, где преимущественно и расположены проекты этого класса, наличием сложных грунтов и исторического окружения.

«В целом стоимость создания паркинга в центре города, учитывая экспертизу, согласования, применение инноваций, может оказаться в два раза дороже, чем за его пределами»,— сообщили в компании. ■

ВСТРОИТЬСЯ В КОММЕРЦИЮ

ЗА ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ КОММЕРЧЕСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА В ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСАХ ПРЕТЕРПЕЛА ЗНАЧИТЕЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ. ТЕПЕРЬ ЭТО НЕ ПРОСТО МАГАЗИНЫ У ДОМА, А ПОЛНОЦЕННЫЕ ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА, КОТОРЫЕ ФОРМИРУЮТ ОБРАЗ ЖИЗНИ ЖИТЕЛЕЙ. ПЕРВЫЕ ЭТАЖИ СОВРЕМЕННЫХ ЖИЛЫХ КВАРТАЛОВ ОТВОДЯТСЯ ПОД КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ, СОЧЕТАЮЩИЕ СЕРВИС, ДОСУГ И СПОРТ. ОЛЕГ ДЬЯКОВ

Современные застройщики сместили акцент с простого строительства домов на создание целостной среды, где коммерческая инфраструктура становится неотъемлемой частью концепции проекта.

Коммерческий директор направления отдельно стоящей коммерческой недвижимости ПИК Никита Бобарыкин рассказал, что за последние пять лет застройщики все чаще выделяют больше площадей под коммерцию, понимая, что развитая инфраструктура повышает привлекательность жилья. «В ЖК появляются коворкинги, шоурумы локальных брендов, гастрономические проекты, сервисы доставки и даже образовательные пространства. В связи с увеличением спроса со стороны инвесторов и предпринимателей стоимость встроенных помещений растет быстрее, чем жилые метры»,— рассказывает эксперт.

Коммерческая недвижимость в жилых комплексах перестала быть просто площадью для аренды. Сегодня это стратегический инструмент для формирования комфортной городской среды, которая делает жизнь в ЖК насыщенной и удобной, указывает господин Бобарыкин.

Коммерческий директор ГК «А101» в Санкт-Петербурге Мария Орлова полагает, что один из важных трендов в застройке агломерации Петербурга, напрямую связанный с коммерческой инфраструктурой,— создание большого количества рабочих мест в новых районах.

«Это шаг к решению давней проблемы — маятниковой миграции. Она сводится к тому, что утром жители Ленинградской области едут на работу в центр Северной столицы, а вечером возвращаются обратно. Каждодневные перемещения на дальние расстояния не только приводят к возникновению транспортных проблем, но и негативно влияют на здоровье и благополучие людей. Кроме того, без развитой коммерческой инфраструктуры невозможно следовать концепции 15-минутного города, которая также является важной тенденцией в современном девелопменте. Четверть часа — это время, за которое человек должен получить доступ ко всем необходимым сервисам. Так он может вести комфортный образ жизни, не покидая район и не тратя времени впустую на перемещение между нужными локациями: детским садом, работой, школой, фитнес-центром»,— рассуждает госпожа Орлова.

Сегодня сложно представить новые районы без стрит-ритейла — коммерческих помещений, занимающих первые этажи домов или отдельные здания. Они предназначены для магазинов, ресторанов, медицинских и косметических салонов, спортивных секций, ателье и других предприятий, добавляет эксперт.

Людмила Рева, коммерческий директор «ГК Алькор», с коллегой согласна: «Одной из основных тенденций является создание мест приложения труда, что уже активно применяется в Москве, инвесторы получают дополнительные льготы по городской программе стимулирования. Это снижает маятниковую миграцию и уровень безработицы, позволяет осваивать новые территории и развивать комфортную жилую среду за счет постройки деловых, культурных, социальных и других объектов».

ПРОДАТЬ ИЛИ УПРАВЛЯТЬ САМИМ

Виктор Тимофеев, коммерческий директор девелопера «Сияние», говорит, что в стрит-ритейл активно выходят операторы, ранее ориентированные исключительно на торговые центры: продуктовые сети, магазины электроники и бытовой техники, спортивных товаров. «По завершении строительно-монтажных работ стоимость



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

В СТРИТ-РИТЕЙЛ АКТИВНО ВЫХОДЯТ ОПЕРАТОРЫ, РАНЕЕ ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО НА ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ: ПРОДУКТОВЫЕ СЕТИ, МАГАЗИНЫ ЭЛЕКТРОНИКИ И БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ, СПОРТИВНЫХ ТОВАРОВ

таких помещений в составе жилого комплекса может увеличиться на 30–50%. Наибольшей популярностью у инвесторов пользуются качественные лоты площадью от 50 до 80 кв. м»,— рассказал он.

По подсчетам госпожи Ревы, стандартная доля коммерческой инфраструктуры в ЖК — до 7% от объема жилья. Каждый девелопер в зависимости от своего уровня новаторства, класса проекта и его концепции определяет этот показатель самостоятельно. Значение также имеет стратегия управления коммерческой частью: некоторые застройщики продают ее, другие оставляют в собственности, сдавая в аренду. «Второй вариант более предпочтителен, поскольку позволяет контролировать качество арендаторов и уровень продукта в целом»,— говорит она.

Ильдар Газиев, директор по продажам ЦФО федеральной компании Dogma, эти слова подтверждает. Он рассказал, что компания решила отказаться от продажи коммерческих помещений в пользу их аренды. «Такой подход позволяет нам контролировать наполняемость и состав арендаторов, обеспечивая сбалансированное развитие инфраструктуры. Например, застройщик может привлекать арендаторов, которые дополняют друг друга, избегая дублирования и создавая уникальный микс сервисов и услуг для жителей»,— рассказал он.

Екатерина Наливайко, директор по маркетингу, рекламе и PR компании Plus Development, говорит, что обязательный минимум по арендаторам помещений на первых этажах — микросервисы, ориентированные на повседневные нужды жителей: небольшие продуктовые магазины «у дома», аптеки, пункты выдачи интернет-заказов, кофейни, пекарни, химчистки, салоны красоты и барбершопы. Также традиционно популярны детские развивающие центры, мини-садики, студии творчества, спортивные секции для детей. Востребованы кабинеты врачей общей практики, стоматологии, лаборатории для сдачи анализов.

«Дополнительно сейчас все больше застройщиков включают коворкинги в инфраструктуру ЖК, особенно в комплексах, ориентированных на молодые семьи и фрилансеров. Это позволяет жителям работать рядом с домом, экономя время на дорогу и создавая комьюнити. В некоторых ЖК первые этажи превращаются в многофункциональные общественные пространства, включающие игровые комнаты для детей, зоны отдыха, фитнес-румы. Иногда эти пространства могут быть интегрированы с коммерческими помещениями (например, кофейня с библиотекой)»,— рассказывает госпожа Наливайко.

В целом сегодня коммерческие помещения проектируют так, чтобы их можно было легко адаптировать под различные нужды, например, превратить магазин в коворкинг и наоборот. «Первые этажи по-прежнему остаются основным местом для коммерции. Что касается доли, то еще несколько лет назад в масс-маркете под коммерцию часто отдавали около 3% площадей. Сейчас средняя доля коммерческих помещений нередко составляет 5% от площади ЖК. В крупных жилых массивах показатель бывает и выше. И мы видим тенденцию к росту доли. Это связано с усилением тренда „дом — не только квартира“, когда все необходимое должно быть поблизости»,— рассказывает госпожа Наливайко.

РАЗНООБРАЗИЕ ФУНКЦИЙ

Дарья Табачникова, директор по консалтингу, партнер компании Urban Context, считает, что масштабные девелоперские проекты подразумевают разнообразие функций, большое внимание уделяется культуре, искусству, событиям и общественным пространствам. «Если обратить внимание на мировой опыт, можно привести пример Hudson Yards на Манхэттене (11 га). Этот частный девелоперский проект включает в себя помимо жилья, офисов и ритейла общедоступную площадь с арт-объектами, а также культурный центр, в котором поет Бьорк, ставят Шекспира и выставляют вместе с MIT работы художников, созданные с использованием виртуальной реальности и искусственного интеллекта. Впрочем, каждый проект — это новый рецепт. Набор функций всегда зависит от локации: отталкиваясь от исходных данных — класса жилья, количества жителей, потенциальных пользователей в ближайшем окружении, наличия и отсутствия сервисов, точек генерации и притяжения трафика, трендов, неудовлетворенного спроса и прочих факторов,— проектируется уникальный набор функций и операторов»,— рассуждает она.

Директор по продажам агентства премиальной недвижимости Point Estate Роман Амелин вспоминает: «Один из самых оригинальных проектов, который я видел в последнее время,— детсад для собак, который должен открыться в одном из премиальных ЖК Москвы в ближайшее время. Такие проекты сейчас набирают популярность в столице. Туда можно отдать щенков, чтобы их обучали командам и поведению в общественных местах».

Генеральный директор АН «Культурная столица» Ольга Бочарникова говорит: «В бизнес-сегменте люди все чаще хотят закрытой территории, где есть все, что нужно для нормальной жизни: фитнес-клуб, супермаркет класса выше среднего, всевозможные медицинские услуги, детские сады, кабинеты нотариуса, косметолога, стилиста, ветеринара, психолога». И если «стандартными наборами» коммерции застройщики предпочитают заниматься сами, сдавая помещения в аренду бизнесу, то инвесторы предлагают более оригинальные идеи для их развития. «Последним трендом при продаже коммерческой недвижимости можно назвать тот факт, что девелоперы и инвесторы стараются привлекать арендаторов не точечно, как раньше, а именно тех, кто будет работать, что называется, в синергии, что означает максимальное продумывание всего необходимого функционала для жильцов в определенной последовательности»,— указывает она.

Павел Ленков, руководитель группы по аренде коммерческой недвижимости компании «Главстрой Санкт-Петербург», заключает: «Спрос на аренду встроенных помещений достаточно уверенный. Несмотря на то, что арендная стоимость стабильно растет и срок окупаемости таких объектов больше, чем было пять-семь лет назад, потребители давно полюбили формат „у дома“, предпочитая совершать большую часть покупок в шаговой доступности. Кроме того, большое количество франшиз позволяет очень быстро открыть свое дело. Фактором, который может помешать потенциальному арендатору, является дефицит кадров: многие компании и частные предприниматели жалуются на нехватку сотрудников». ■

МЕЖДУ МОЛОТОМ СЕБЕСТОИМОСТИ И НАКОВАЛЬНЕЙ ВНЕШНЕГО ВИДА

ПОПЫТКИ ВЫДЕЛИТЬ СВОЙ ОБЪЕКТ И ОТСТРОИТЬСЯ ОТ КОНКУРЕНТОВ ЗАСТАВЛЯЮТ ДЕВЕЛОПЕРОВ ВСЕ ЧАЩЕ ПРИБЕГАТЬ К РАЗРАБОТКЕ ИНДИВИДУАЛЬНОГО АРХИТЕКТУРНОГО ПРОЕКТА ДЛЯ СВОИХ ОБЪЕКТОВ. И ЕСЛИ ДЛЯ ПРЕМИУМ-СЕГМЕНТА ЭТО ДАВНО СТАЛО НОРМОЙ, ТО ТЕПЕРЬ И ОБЪЕКТЫ КОМФОРТ-КЛАССА ВСЕ ЧАЩЕ РЕАЛИЗУЮТСЯ НЕ ПО ТИПОВЫМ ПРОЕКТАМ. НО СЕЙЧАС, ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ, ДЕВЕЛОПЕРЫ СТАЛИ СОКРАЩАТЬ ЗАТРАТЫ, В ТОМ ЧИСЛЕ И НА АРХИТЕКТУРНЫЕ ПРОЕКТЫ. РОМАН РУСАКОВ

В последние годы индивидуальный архитектурный проект стал обязательным стандартом для элитных жилых комплексов. «Если раньше уникальные решения были отличительной чертой лишь единичных проектов, то сегодня каждый объект в этом сегменте разрабатывается с учетом индивидуальной концепции, что формирует его ценность и повышает привлекательность»,— говорит Алия Ханбекова, директор департамента элитной недвижимости NF Group в Санкт-Петербурге.

Яна Вирченко, коммерческий директор ГК «Полис», добавляет: «Индивидуальный архитектурный проект делает жилой комплекс уникальным, что особенно важно для премиального сегмента. В массовом сегменте доля проектов с индивидуальной архитектурой ниже, но и здесь наблюдается тренд на отход от типовых решений. Сегодня 30–40% жилых проектов в крупных городах имеют индивидуальный архитектурный проект, в то время как в элитном сегменте эта доля достигает 80–90%».

Александр Кравцов, управляющий партнер Fizika Development, имеет иную точку зрения: «Если мы говорим о действительно авторских архитектурных решениях, то даже в сегменте массового жилья индивидуальный архитектурный проект встречается довольно часто: около четверти новых жилых комплексов разрабатывается по уникальным концепциям. В премиальном сегменте эта доля близка к 100%, поскольку ярко выраженная индивидуальность проекта — одно из важных конкурентных преимуществ и критериев выбора дома».

ПОВЫСИТЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

Игнатий Найда, соучредитель группы компаний Kronung, полагает, что индивидуальный архитектурный проект может существенно повысить стоимость жилья, особенно в сегментах бизнес- и премиум-класса. «Уникальные дизайнерские решения и высокая архитектурная ценность делают объект более привлекательным для покупателей. Также в крупных городах со сложившейся застройкой покупателям важно, чтобы объект гармонично вписывался в окружающую архитектуру и ландшафт»,— говорит он.

АРХИТЕКТУРА ОБЪЕКТА В ПРИНЦИПЕ ВХОДИТ В ТРОЙКУ НАИВАЖНЕЙШИХ КРИТЕРИЕВ, НАРАВНЕ С МЕСТОПОЛОЖЕНИЕМ И ПЛАНИРОВОЧНЫМИ РЕШЕНИЯМИ. ЗА ПРОШЕДШИЙ ГОД СТОИМОСТЬ АРХИТЕКТУРНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ ВЫРОСЛА ВО ВСЕХ СЕГМЕНТАХ, ОДНАКО, НЕСМОТРЯ НА РОСТ ЗАТРАТ, ДЕВЕЛОПЕРЫ ПОНИМАЮТ, ЧТО ИНДИВИДУАЛЬНАЯ АРХИТЕКТУРА ПОВЫШАЕТ ЛИКВИДНОСТЬ ПРОЕКТА, СПОСОБСТВУЕТ РОСТУ ЦЕН НА КВАДРАТНЫЙ МЕТР И УЛУЧШАЕТ ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА ЗАСТРОЙЩИКА



ЕВГЕНИЙ ЛАВЛЕНКО

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ АРХИТЕКТУРНЫЙ ПРОЕКТ МОЖЕТ СУЩЕСТВЕННО ПОВЫСИТЬ СТОИМОСТЬ ЖИЛЬЯ, ОСОБЕННО В СЕГМЕНТАХ БИЗНЕС- И ПРЕМИУМ-КЛАССА

Дарья Табачникова, директор по консалтингу, партнер компании Urban Context, при этом замечает, что в текущей экономической ситуации архитектура как фактор выбора для жилья работает только в классах «бизнес плюс» и выше, в то время как в массовом сегменте главным фактором остается цена. «В Санкт-Петербурге основная застройка класса бизнес и выше — бывшие территории „серого пояса“ плюс точечная застройка в центре. А большая часть „серого пояса“ расположена у воды, поскольку раньше произведенную продукцию было проще всего отправлять по воде. Безусловно, проекты в таких локациях заслуживают более продуманного подхода в архитектуре»,— указывает она.

При этом важно отметить, говорит эксперт, что добавленную стоимость создают не только привычные девелоперам решения — фасады из натуральных материалов, продуманные планировки, качественное благоустройство во дворе, но и все чаще — обустройство общественных пространств рядом с проектом. «Примеров много: это реставрация и приспособление Левашовского хлебозавода под культурный центр рядом с „Футуристом“ на Барочной улице, благоустройство набережной рядом с „Петровской доминантой“ на Петровской косе, променад на Песочной набережной у строящегося элитного ЖК ЛДМ»,— перечисляет госпожа Табачникова.

Анна Соколова, коммерческий директор компании «ОМ Девелопмент», рассуждает: «Красивое и продуманное архитектурное решение жилого комплекса, безусловно, ценится покупателями новостроек. Прежде чем купить квартиру, они изучают жилые комплексы девелопера, его опыт, читают отзывы, посещают офисы продаж. Целевая аудитория готова платить за уникальный архитектурный облик объекта. Поэтому, если застройщик уделяет этому внимание, то архитектура придает проектам дополнительную добавленную стоимость и ликвидность, тем самым играя огромную роль в будущей реализации жилого комплекса».

ЦЕНА ВОПРОСА

Валерий Тумин, директор рынков России и СНГ fam Properties, говорит, что разработка архитектурного проекта может составлять от 600 тыс. до 2,5 млн рублей и выше за проект, вплоть до нескольких десятков миллионов рублей в зависимости от класса жилья. «Победителя нередко определяют в результате закрытого конкурса. Обычно девелоперы закладывают на проект 1–1,5% от бюджета проекта (в сегменте ИЖС эта цифра выше: 5–7%). Тем не менее застройщики согласны платить, в том числе, и за имя архитектора, если это будет способствовать росту продаж. При повышении бюджета на 1,5% для покупателя, в свою очередь, стоимость готового жилья может быть увеличена на 15–25% в премиум-сегменте (мультипликационный эффект от той же субъективной составляющей)»,— делится господин Тумин.

Как считает господин Найда, затраты на проектирование в среднем составляют 3–4% от себестоимости строительства в классах комфорт и бизнес и 4–5% в сегментах премиум и de luxe.

Госпожа Соколова отмечает: «На сегодняшний день стоимость разработки архитектурного проекта составляет 5 тыс. рублей за квадратный метр. На цену влияют сложность и объем проектирования, класс объекта, качество материалов, имя архитектора, его имидж и узнаваемость».

По словам господина Кравцова, в высоком классе затраты на проектирование составляют не менее 10% от общей стоимости строительства, иногда выше. «Архитектура объекта в принципе входит в тройку наиважнейших критериев, наравне с местоположением и планировочными решениями. За прошедший год стоимость архитектурного проектирования выросла во всех сегментах, однако, несмотря на рост затрат, девелоперы понимают, что индивидуальная архитектура повышает ликвидность проекта, способствует росту цен на квадратный метр и улучшает восприятие бренда застройщика».

СОКРАЩАТЬ ЗАТРАТЫ

По словам госпожи Табачниковой, за последние несколько лет стоимость разработки архитектурного проекта существенно выросла. На это повлияли темпы роста жилищного строительства, которые способствовали созданию проектных и архитектурных бюро в структурах девелоперских компаний. Девелоперы «разогрели» рынок заработных плат, на рынке был острый дефицит проектировщиков, и все это повлияло на рост стоимости архитектурного проекта.

«Внедрение BIM-технологий также привело к удорожанию проектирования, поскольку у каждого заказчика свои требования к детализации проекта. Но сейчас мы видим как раз отскок: в связи с текущей экономической ситуацией, после отмены льготной ипотеки, застройщики пытаются сокращать затраты. Девелоперы переносят сроки реализации проектов, удлиняют их, часть сотрудников высвобождается. Мы видим большое количество резюме именно в проектных направлениях, что говорит о серьезном сокращении штата проектировщиков и архитекторов в девелоперских компаниях»,— говорит эксперт.

Ирина Кошечка, заместитель генерального директора архитектурной мастерской «Миронов и партнеры», добавляет: «Сегодня каждый застройщик хочет выделиться на рынке своим продуктом. Как следствие — девелоперы стремятся выразить индивидуальность объекта через архитектуру здания и планировочных решений. Но резкий рост конкуренции в проектировании пока не дает скорректировать стоимость проектирования под инфляцию и рост затрат проектного офиса. А открытые тендерные площадки также позволяют демпинг стоимости проектирования».

По прогнозам господина Тумина, за 2025 год средний чек по разработке архитектурного проекта, скорее всего, вырастет на уровень инфляции, но не более того: охлаждение на рынке недвижимости сказывается и на проектных бюро в связи с недоступностью рыночной ипотеки и макропруденциальными лимитами в банках. ■

Современные кирпичные дома

ТРЕСТ

210 55 00

РЕКЛАМА. ЗАСТРОЙЩИК: ООО «СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК «ИК «СТРОИТЕЛЬНЫЙ ТРЕСТ». ПРОЕКТНЫЕ ДЕКЛАРАЦИИ НА САЙТЕ НАШ. ДОМ. РФ

ГРЯДКИ НЕ В МОДЕ

ПО ДАННЫМ СЕРВИСА «ЯНДЕКС НЕДВИЖИМОСТЬ», В 2024 ГОДУ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНОБЛАСТИ ОБЪЕМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ В СЕГМЕНТЕ ЧАСТНЫХ ЗАГОРОДНЫХ ДОМОВ УВЕЛИЧИЛСЯ ПОЧТИ НА 15% ПО СРАВНЕНИЮ С ПОЗАПРОШЛЫМ ГОДОМ. GUIDE РАЗБИРАЛСЯ, КАКИЕ ТЕНДЕНЦИИ ЗАГОРОДНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА АКТУАЛЬНЫ В ЭТОМ ГОДУ И НА ЧТО ОБРАЩАЮТ ВНИМАНИЕ ПОКУПАТЕЛИ ПРИ ВЫБОРЕ КОТТЕДЖНОГО ПОСЕЛКА. ВАСИЛИСА МОТОВА



MG DEVELOPMENT

САМАЯ ВОСТРЕБОВАННАЯ НА РЫНКЕ ПЛОЩАДЬ УЧАСТКА В ДАННЫЙ МОМЕНТ — 7–12 СОТОК, ОСОБЕННО ЕСЛИ ЭТО ДОМ ДЛЯ ПОСТОЯННОГО ПРОЖИВАНИЯ

В феврале 2025 года медианная стоимость квадратного метра в частных домах, продаваемых в Санкт-Петербургской агломерации, выросла за год на 7,5% и составила 119 тыс. рублей, подсчитали аналитики «Яндекс Недвижимости». В коттеджных поселках за год стоимость дома увеличилась на 15,5%, до 18,2 млн рублей. За год база предложений в коттеджных поселках Ленинградской области увеличилась на 4,9%.

Весной рынок загородной недвижимости традиционно активизируется, напоминает коммерческий директор «Яндекс Недвижимости» Евгений Белокуров. Это хорошее время для покупки частного дома, поскольку именно в этот период можно более тщательно оценить участок и особенности рельефа. «По увеличению количества предложения как от застройщиков, так и от частных лиц за последний год мы видим, что тренд на такое жилье сохраняется, особенно в районах с развитой инфраструктурой: школами, детскими садами и транспортными маршрутами. Застройщики реагируют на спрос, предлагая современные таунхаусы и коттеджи, подходящие для постоянного проживания»,— отметил эксперт.

ПРИРОДА И ГОРОДСКОЙ КОМФОРТ

Директор по продажам MG Development (MGD) Игорь Ахальцев подтверждает, что развитая инфраструктура — обязательное условие, на которое обращают внимание покупатели при выборе загородной недвижимости. Сегодня коттеджный поселок должен быть оснащен всем необходимым для комфортного проживания: закрытой территорией и возможностью проезда через пункт охраны, асфальтированными дорогами, инженерными коммуникациями (газ, водопровод, электричество), освещением внутри поселка, видеонаблюдением. Как объясняет господин Ахальцев, к участку внутри коттеджного поселка обязательно должны быть подведены все коммуникации, чтобы покупатель не тратил на них время и деньги. «Сейчас только подведение электричества и заключение договоров с ресурсоснабжающими организациями занимает примерно шесть месяцев»,— предупреждает он.

При выборе участка под коттедж нужно также обязательно поинтересоваться, проведен ли в поселок оптоволоконный интернет. Это важный нюанс, о котором, как правило, люди не задумываются при покупке, но при отсутствии этой опции в дальнейшем жители сталкиваются с массой сложностей, обращает внимание господин Ахальцев. Инфраструктура современного поселка также предполагает наличие больших зон рекреации, детских и спортивных площадок, прогулочных и костровых зон и других мест, где можно погулять и провести время вне своего домовладения.

По наблюдениям участников рынка загородной недвижимости, площади участков во многих проектах становятся меньше (за исключением поселков премиум-класса). В MGD говорят, что самая востребованная на рынке площадь участка в данный момент — 7–12 соток, особенно если это дом для постоянного проживания. «Люди пришли к тому, что площади по 20–30–50 соток просто не нужны. На участке чаще всего теперь располагают дом, парковочное место и зону отдыха с барбекю. Грядки уже не в моде»,— замечает Игорь Ахальцев.

Площади самих домов также уменьшаются, говорят игроки рынка. Самые популярные проекты для частного строительства — одноэтажные дома площадью 120–160 кв. м. Обычно в таких домах есть большая кухня-гостиная, три спальни, одна из которых — мастер-спальня, несколько гардеробных, санузлов и вспомогательные помещения.

В ЕДИНОМ СТИЛЕ

Когда участок полностью готов к строительству, будущему собственнику индивидуального дома необходимо определиться с проектом дома. Такой неочевидный, на первый взгляд, аспект, как единый архитектурный стиль, становится сегодня ключевым в вопросе комфорта проживания будущих жильцов коттеджного поселка.

«Время, когда в поселке в одном месте стоит четырехэтажный кирпичный особняк площадью 1000 кв. м, рядом с ним стоит деревянный дом из сруба, а по соседству — избушка, которой исполнилось сто лет, прошло. Люди проникаются эстетикой и понимают, что красиво должно быть не только на их участке и внутри дома, но и за их пределами»,— подчеркивает директор по продажам MGD.

По его мнению, наличие в поселке регламента застройки и единого архитектурного стиля — идеальное решение, с одной стороны, не ограничивающее собственника в выборе площади или материалов для строительства дома, но, с другой — обязывающее использовать цвета фасадов из предложенных девелопером, цвета окраски кровли и оконных проемов, а также единое фасадное ограждение по всем участкам. «На выходе мы получаем поселок, в котором все дома вроде бы разные, но отлично сочетающиеся друг с другом и малыми архитектурными формами внутри поселка и создающие приятную для глаза картинку»,— рассуждает господин Ахальцев.



MG DEVELOPMENT

ИНФРАСТРУКТУРА СОВРЕМЕННОГО ПОСЕЛКА ТАКЖЕ ПРЕДПОЛАГАЕТ НАЛИЧИЕ БОЛЬШИХ ЗОН РЕКРЕАЦИИ, ДЕТСКИХ И СПОРТИВНЫХ ПЛОЩАДОК, ПРОГУЛОЧНЫХ И КОСТРОВЫХ ЗОН И ДРУГИХ МЕСТ, ГДЕ МОЖНО ПОГУЛЯТЬ И ПРОВЕСТИ ВРЕМЯ ВНЕ СВОЕГО ДОМОВЛАДЕНИЯ

ГДЕ СТРОИТЬ ДОМ В ЛЕНОБЛАСТИ

В настоящее время под коттеджные поселки бизнес-класса в Ленинградской области активно осваиваются земельные участки преимущественно на севере региона: во Всеволожском, Выборгском и Приозерском районах. Это обусловлено хорошей транспортной доступностью (до центра города из этих локаций можно доехать за час на машине), развитой инфраструктурой и великолепными природными пейзажами с вековыми соснами. Огромным преимуществом локации является близость к водоемам, так как таких свободных земель в Ленобласти практически не осталось.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

ИГОРЬ АХАЛЬЦЕВ,
КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР
MG DEVELOPMENT (MGD)



MG DEVELOPMENT

— Сегодня на рынке загородной недвижимости найти места, подобные локации клубного поселка «Крылья Подгорного»,— большая удача. Для дальнейшего развития компания находится в постоянном поиске земельных участков под новые проекты. Набор требований, который предъявляет MGD к участкам под коттеджные поселки, делает процесс подбора долгим и трудоемким. На первый взгляд, свободных земель много, но подходящих массивов для строительства коттеджных поселков бизнес-класса — единицы. Пока мы рассматриваем различные варианты для размещения новых проектов, но однозначно можно сказать, что отступать от наших стандартов мы точно не планируем и изучаем локации только под поселки высокого уровня. Скорее всего, к концу года анонсируем новый и большой проект в сегменте таунхаусов.

На юге 47-го региона в меньшей степени, но тоже есть престижные локации под загородную застройку, в основном они сосредоточены в районе Пушкина, Павловска и Петергофа. Эти места привлекательны за счет богатого исторического наследия ближайших пригородов Петербурга и выхода к Финскому заливу.

ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ПРОЕКТ Примером удачного проекта, сочетающего в себе все актуальные тренды рынка загородной недвижимости, можно назвать клубный поселок бизнес-класса «Крылья Подгорного», расположенный в поселке Тарасово Выборгского района Ленобласти. Новый проект находится в 25 минутах езды от Зеленогорска и Финского залива. Эти места привлекательны благодаря первозданной красоте природы Карельского перешейка. Расположившись на первой береговой линии озера Подгорное, в экологически чистом районе в окружении леса, клубный поселок имеет огороженный периметр и контрольно-пропускной пункт. К каждому участку здесь подведены газ, вода, электричество и оптоволоконный интернет. Все коммуникации включены в стоимость участка, дальнейшая эксплуатация построенных на участках домовладений не предполагает никаких инфраструктурных взносов и дополнительных платежей.

Общая площадь клубного поселка составляет 26 га. В продаже — 183 участка. Средняя площадь участков — 8 соток, но на первой береговой линии поселка покупатели могут выбрать участки площадью размером 25 соток и больше. Значимым преимуществом этого поселка является то, что 90% участков — видовые, с них открываются великолепные панорамы на лес и водную гладь озера Подгорного.

Участок площадью 5,82 сотки обойдется в 2,4 млн рублей, видовой участок площадью 8,31 сотки рядом с лесом можно приобрести за 3,7 млн рублей. Самый большой участок возле озера размером в 26,15 сотки обойдется в 31,3 млн рублей. Премиальная локация обеспечивает высокую инвестиционную привлекательность недвижимости в клубном поселке.

Участки будут подготовлены в две очереди: первая очередь — во втором квартале 2027 года, вторая — во втором квартале 2028 года. Приступать к строительству домовладений можно будет уже в 2026 году, так как к этому времени уже будет подведено электричество и проложены «черновые» дороги.

В поселке предусмотрен единый архитектурный код, регламентируется этажность домов (не выше двух этажей), цвета фасадов дома должны быть выбраны из предложенной девелопером палитры, цвет кровли и оконных проемов, а также фасадные заборы будут одинаковыми у всех участков.

УДОБНОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ Хорошая транспортная доступность локации обеспечит комфорт передвижения и удобство проживания из-за близости к объектам социальной инфраструктуры. Дорога до центра Петербурга займет всего 60 минут, 25 минут потребуется, чтобы добраться до Зеленогорска и Финского залива. Ближайшая общеобразовательная школа, детский сад и амбулатория расположены в пределах получасовой доступности на машине. Не более получаса понадобится, чтобы доехать до престижных загородных клубов Meat Coin, «Бор 812», ресторана «Наша дача» и других заведений общественного питания, продуктовых магазинов и аптеки. Недалеко также находятся известные курорты со спа и велнес-центрами, супермаркеты и строительный магазин.

ИНЖЕНЕРНАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА Помимо сетей газоснабжения и электричества, подведенных девелопером к каждому участку, жители поселка смогут пользоваться централизованным водопроводом из артезианской скважины. Безопасность закрытой территории обеспечивают системы видеонаблюдения и круглосуточная охрана. Внутри комплекса будут проложены внутренние асфальтированные дороги. Жителям клубного поселка будет доступно мобильное приложение для оплаты коммунальных услуг, квитанций и доступа к записям видеокамер на территории.



MG DEVELOPMENT

ПРОЕКТ БЛАГОУСТРОЙСТВА ПОСЕЛКА «КРЫЛЬЯ ПОДГОРНОГО» ВКЛЮЧАЕТ ОБОРУДОВАННУЮ ГАВАНЬ, ПИРС С БЕСЕДКОЙ И ЗОНОЙ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ ЛОДОК И САПБОРДОВ

Более 3 га в «Крыльях Подгорного» отведено под зоны рекреации и общественные пространства. Проект благоустройства включает организацию прогулочных дорожек, пешеходных тротуаров, создание собственного облагороженного пляжа с шезлонгами и площадкой для игры в пляжный волейбол (только для жителей поселка), оборудованной гавани, пирса с беседкой и зоной для хранения лодок и сапбордов.

В состав внутренней инфраструктуры комплекса войдут детские и спортивные площадки, теннисный корт, площадка для мини-гольфа, зона воркаута, сад с плодовыми деревьями и променад.

КОМЬЮНИТИ-СРЕДА Главным центром притяжения поселка станет Центр добрососедства, который разместится в усадьбе в самом сердце клубного поселка. В здании центра предусмотрены тренажерный зал, детская игровая комната, большая гостиная для переговоров, бильярдная и помещение для игры в покер. Детский центр с игровыми зонами и дизайнерскими игрушками будет работать для маленьких резидентов поселка. Здесь же будет находиться офис управляющей компании, отвечающей за охрану и выставление счетов, а также за уборку и благоустройство территории клубного поселка.

ИСТОРИЯ — ЭТО МЫ САМИ Развитие клубного поселка «Крылья Подгорного» продолжает богатую историю локации. Когда-то в живописном поселке Тарасово располагалась усадьба, в которой останавливались Салтыков-Щедрин, князь Мещерский и врач Мариинской женской гимназии, председатель общества охраны здоровья женщин Мария Волкова.

В советское время здесь находилась «Дача летчиков» — место отдыха и восстановления сил героев авиации. Здесь они уединялись в окружении природы, проводили время с семьями, собирались у костров, состязались в бильярде и шахматах и наслаждались чистым воздухом и красотой озера Подгорное. Этой атмосферой и вдохновлялся девелопер MGD при создании проекта клубного поселка «Крылья Подгорного». Недвижимость в таком проекте, где соединяются природа и современный комфорт, традиции и новая история добрососедства, действительно может стать не просто дачей для сезонного времяпровождения, а настоящим местом силы для восполнения ресурса и обретения внутреннего баланса уставшего городского жителя. ■



MG DEVELOPMENT

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ПРОЕКТЫ ДЛЯ ЧАСТНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА — ОДНОЭТАЖНЫЕ ДОМА ПЛОЩАДЬЮ 120–160 КВ. М



MG DEVELOPMENT

СЕГОДНЯ КОТТЕДЖНЫЙ ПОСЕЛОК ДОЛЖЕН БЫТЬ ОСНАЩЕН ВСЕМ НЕОБХОДИМЫМ ДЛЯ КОМФОРТНОГО ПРОЖИВАНИЯ: ЗАКРЫТОЙ ТЕРРИТОРИЕЙ И ВОЗМОЖНОСТЬЮ ПРОЕЗДА ЧЕРЕЗ ПУНКТ ОХРАНЫ, АСФАЛЬТИРОВАННЫМИ ДОРОГАМИ, ИНЖЕНЕРНЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ, ОСВЕЩЕНИЕМ ВНУТРИ ПОСЕЛКА, ВИДЕОНАБЛЮДЕНИЕМ

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ОБЩЕГО МЕСТА

ВСЕ БОЛЬШЕ ЗАСТРОЙЩИКОВ УДЕЛЯЮТ ВНИМАНИЕ ОФОРМЛЕНИЮ МЕСТ ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ. ДЛЯ ВХОДНЫХ ГРУПП, ХОЛЛОВ И ДРУГИХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ РАЗРАБАТЫВАЮТСЯ УНИКАЛЬНЫЕ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИИ, ОТРАЖАЮЩИЕ СТИЛЬ ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА ИЛИ ЕГО РАСПОЛОЖЕНИЕ. НО ЭКСПЕРТЫ ГОВОРЯТ, ЧТО СЕГОДНЯ НА ПЕРВЫЙ ПЛАН СЕГОДНЯ ВО ВСЕХ КЛАССАХ ВЫХОДИТ НЕ СТОЛЬКО ПЛОЩАДЬ МЕСТ ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ, СКОЛЬКО ИХ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ — ПЛАТИТЬ ЗА НЕИСПОЛЬЗУЕМЫЕ МЕТРЫ ЛЮДИ НЕ ГОТОВЫ НИ В «КОМФОРТЕ», НИ В «ПРЕМИУМЕ». ГЛЕБ ЖУРАВЛЕВ

Дмитрий Ефремов, начальник управления продуктового менеджмента и маркетинговых исследований компании «Главстрой Санкт-Петербург», считает, что в последние годы наметился тренд на то, что входные группы становятся просторнее и светлее за счет панорамного остекления дверей и больших окон. Помимо традиционных почтовых ящиков и информационных стендов, в холлах появляются зоны ожидания, удобные места для отдыха и стойки буккроссинга. По своему желанию жильцы могут самостоятельно выбирать дополнительные элементы благоустройства.

Сквозные парадные с минимальными перепадами высот, расширенные дверные проемы и удобные лестничные марши обеспечивают комфортное перемещение по территории комплекса.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

РАЦИОНАЛЬНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОСТРАНСТВА СТАНОВИТСЯ ОДНИМ ИЗ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ

СТАВКА НА РАЦИОНАЛЬНОСТЬ Рациональное использование пространства становится одним из ключевых факторов при проектировании жилых комплексов. В новых домах выделяются отдельные кладовые помещения на цокольных этажах. Их стоимость за квадратный метр ниже, чем в квартирах, что делает их доступным решением для хранения сезонных и негабаритных вещей. Также парадные оборудуют отдельными пространствами для размещения колясок и велосипедов.

Вопрос безопасности также выходит на новый уровень. Классические домофоны заменяются цифровыми системами, которые позволяют жильцам дистанционно связываться с диспетчерской службой или управляющей компанией. «В массовом сегменте активно внедряются элементы „умного дома“: IP-камеры видеонаблюдения, работающие с архивным хранением данных, системы контроля доступа и автоматизированное управление освещением. Видеонаблюдение также устанавливается в колясочных и кладовых, что снижает риски краж»,— говорит господин Ефремов.

Комплексы оснащаются эффективными системами оповещения, дымоудаления и автоматического пожаротушения. Навигация внутри зданий стала более интуитивной: яркие указатели и схемы эвакуации позволяют быстро сориентироваться в случае чрезвычайной ситуации.

ОТ ТОГО, КАК ПРОДУМАЕТ ДЕВЕЛОПЕР МЕСТА ОБЩЕСТВЕННОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ В СВОИХ ЖК И КАК ЭТО ПРЕПОДНЕСЕТ В МАРКЕТИНГЕ, ВО МНОГОМ ЗАВИСИТ УРОВЕНЬ ПРОДАЖ, СЧИТАЮТ ЭКСПЕРТЫ. А ЭТО КРАЙНЕ ВАЖНЫЙ ВОПРОС ДЛЯ ЗАСТРОЙЩИКОВ ВВИДУ РЕЗКОГО СНИЖЕНИЯ ОБЪЕМА ИПОТЕЧНЫХ ВЫДАЧ, МАКРОПРУДЕНЦИАЛЬНЫХ ЛИМИТОВ В БАНКАХ

НА ПЕРВОМ ПЛАНЕ Мария Александрова, директор по продукту и рекламе Dominanta, говорит, что доля мест общего пользования (МОП) в общей площади ЖК за последние годы увеличилась, поскольку, помимо необходимых зон (входные группы, лифтовые холлы, лестницы), в их состав стали входить также различные соседские центры, коворкинги, фитнес-студии. Кроме того, расширился функционал входных групп: в них часто предусмотрены колясочные, гостевые санузлы, зоны ожидания.

«На первый план сегодня во всех классах выходит не столько площадь МОП, сколько их юзабилити и многофункциональность — платить за неиспользуемые метры люди не готовы ни в „комфорте“, ни в „премиуме“. Поэтому и покупатели, и застройщики заинтересованы в эргономичности МОП и их рациональном зонировании. В более дорогих сегментах МОП занимают больше площади во многом за счет дополнительных функций: помещений для персонала (в том числе консьержей), мест для хранения интернет-заказов, сервисных лифтов»,— рассказала госпожа Александрова.

Таким образом, делает вывод эксперт, доля МОП в общей площади составляет 25–30% в комфорт-классе, 30–35% в бизнес-класс, 35–40% в классах премиум и элит.

«Так, мы разработали и теперь интегрируем во все свои жилые комплексы многофункциональное пространство SocialHUB, которое объединяет зоны для работы, отдыха и спорта. Наше УТП и ноу-хау состоит в том, что эта инфраструктура полностью бесплатна для жителей — она будет содержаться за счет доходов от аренды коммерческих помещений на первом этаже. Первым проектом, где будет реализован SocialHUB, станет ЖК hideOUT (премиум-класс), далее ЖК „СВЕТ“ (бизнес-класс)»,— рассказала госпожа Александрова.

Коммерческий директор девелоперской компании Glincom Кристина Дудко подтверждает слова коллеги из компании Dominanta: «Выросла важность эргономики и комфорта. Дизайн холлов, коридоров, входных групп и лифтовых зон стал более функциональным. Также сформировался запрос на зонирование и многофункциональность и теперь МОП включают коворкинги, лаундж-зоны, колясочные, места для хранения самокатов и велосипедов». Она также отмечает, что сейчас многие девелоперы используют натуральные материалы, энергосберегающие технологии, сенсорное освещение и системы рекуперации тепла.

Покупатели во всех сегментах позитивно воспринимают внедрение смарт-решений («умное» освещение, системы контроля доступа, зарядные станции для телефонов, самокатов, авто).

Эстетика тоже важна с точки зрения маркетинга, отмечает госпожа Александрова, соблюдение дизайн-кода в МОП в общей стилистике ЖК, в более дорогих сегментах — авторские решения в отделке, интеграция арт-объектов.

«В обозримом будущем тренд на „умные“ и многофункциональные пространства будет усиливаться, особенно в сегментах бизнес-класса и выше, где аудитория готова платить за добавленную стоимость»,— уверена она.

Руководитель аудиторской и консалтинговой компании «Юстиком» Ирина Кузнецова добавляет: «Среди мест общего пользования есть те, без которых не обойтись ни одному дому независимо от класса: лестницы и лестничные клетки, лифтовое хозяйство, электрощитовые, подвалы, прилегающая территория, клумбы, дорожки, паркинг. Доля МОП в ЖК эконом-класса обычно не превышает 15% от общей площади комплекса — только самое необходимое. А вот в ЖК бизнес-класса и выше доля МОП может вырасти до 30% и выше, до 70% (зависит от уровня комплекса). Наличие собственной огороженной парковой зоны, подземная парковка исходя из одного-двух автомобилей на семью, спортивный комплекс (закрытый и открытый), просторное лобби, оборудованное переговорной и коворкингом, а также детская зона, большая зона для хранения для каждой квартиры на этаже или в отдельных помещениях, велосипедные-колясочные помещения».

Она отмечает тренд на либерализацию: в современных домах эконом-класса вводятся дополнительные МОП сверх необходимого. «Спортплощадка и лобби становятся преимуществом для привлечения клиентов. И площадь с минимальных 15% возрастает до 25–30%»,— указывает госпожа Кузнецова.

ПОДАЧА ВЛИЯЕТ НА УРОВЕНЬ ПРОДАЖ От того, как продумает девелопер места общественного пользования в своих ЖК и как это преподнесет в маркетинге, во многом зависит уровень продаж, считают эксперты. А это крайне важный вопрос для застройщиков ввиду резкого снижения объема ипотечных выдач, макропруденциальных лимитов в банках. На текущий момент объем нераспроданного жилья в России — более 77 млн кв. м, и застройщики крайне заинтересованы в продажах.

«С юридической точки зрения есть законодательные требования только для обязательных мест общественного пользования (например, электрощитовые, шахты лифтов), поскольку речь идет о нормах безопасности. Все места общественного пользования сверх необходимого (лобби, коворкинги, спортплощадки) обустраиваются исходя из требований к помещениям такого типа (например, световое и техническое оснащение, а также вентиляция — в кладовых, спортзалах) исходя из требований целесообразности. К примеру, разумно усилить сигнал Wi-Fi и оснащение розетками для переговорных комнат. И наоборот, поднять розетки или „спрятать“ их в игровых. А требований, например, к площади или оснащению лобби как таковых нет, поскольку у ЖК нет статуса отеля, где это четко регламентировано в зависимости от присвоения того или иного класса (звезды)»,— рассуждает госпожа Кузнецова.

Ирина Кошечка, заместитель генерального директора архитектурной мастерской «Миронов и партнеры», считает, что МОП стали разрабатываться индивидуально для каждого проекта, поскольку именно через них транслируется общая концепция объекта — продукта. «От того, насколько проработаны будут все детали в жилом проекте и насколько гармонично будут решены фасады, МОП и благоустройство в целом, и будет считываться уровень ЖК»,— объясняет она.

«Если говорить о трендах, то безбарьерная среда становится нормой. Места общего пользования проектируются с учетом удобств всех возрастных групп: вход в парадные на уровне земли, более широкие дверные проемы, продуманные решения лифтовых холлов, удобные и доступные для людей с ограниченной мобильностью и для родителей с детскими колясками — все это формирует комфортное пространство как внутри жилых комплексов, так и на прилегающей территории. Второй тренд — это взаимное проникновение наружного уличного пространства и внутреннего пространства здания, стирание границ между наружными и внутренними МОП. Это достигается за счет больших стеклянных дверей в холлах, организации зимних садов, а также продолжением стилистики интерьерной среды в уличных рекреационных пространствах»,— рассуждает эксперт.

Господин Ефремов при этом полагает, что снижение спроса на рынке новостроек может привести к оптимизации части пространств ЖК, в том числе и мест общего пользования. «Предположу, что часть застройщиков может отказаться от каких-то дорогостоящих элементов МОП или перераспределить ключевую эстетику: сохранить ее во входной зоне, а верхние этажи, наоборот, привести к унификации»,— рассуждает эксперт. ■

ПЕРВЫЙ НА ОСТРОВЕ

В ЭТОМ ГОДУ НАЧИНАЕТСЯ СТРОИТЕЛЬСТВО В ОДНОЙ ИЗ НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ЛОКАЦИЙ ЦЕНТРАЛЬНОЙ ЧАСТИ ПЕТЕРБУРГА — НА МАТИСОВОМ ОСТРОВЕ. ДЕВЕЛОПЕР, ПРИСТУПАЮЩИЙ К ОСВОЕНИЮ ТЕРРИТОРИИ ПЕРВЫМ, БЕРЕТ НА СЕБЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗАДАТЬ УРОВЕНЬ И СТИЛЬ ВСЕЙ ПОСЛЕДУЮЩЕЙ ЗАСТРОЙКЕ НА ОСТРОВЕ. КАКИЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ЖДУТ ИСТОРИЧЕСКОЕ МЕСТО, РАЗБИРАЛАСЬ КОРРЕСПОНДЕНТ GUIDE ВАСИЛИСА МОТОВА.

В первом квартале 2025 года крупнейшей сделкой на инвестиционном рынке Петербурга стало приобретение 4,7 га земли с готовым проектом на Перевозной улице Матисова острова девелопером Fizika Development у «Группы ЛСР». Эксперты оценивают стоимость продажи в 7,5–8,5 млрд рублей. На участке планируется построить более 80 тыс. кв. м жилья высокого класса.



FIZIKA DEVELOPMENT

СУЩЕСТВОВАВШИЙ РАНЬШЕ КАК ПРОМЫШЛЕННАЯ ТЕРРИТОРИЯ МАТИСОВ ОСТРОВ СТАНОВИТСЯ СЕГОДНЯ ПРОСТРАНСТВОМ ДЛЯ ЖИЗНИ ВЫСОКОГО УРОВНЯ

КОЛОРИТ МЕСТА Калласаари — небольшой остров в дельте Невы — был впервые отмечен на картах в 1688 году, еще до закладки первого камня в основание Петропавловской крепости. В годы Северной войны на острове располагалась мельница, с которой открывался обзор на акваторию Невы и отлично просматривались корабли противника. Петр Первый лично отметил хозяина мельницы Матиаса, вручив ему охранный лист на остров за помощь в разведке. Так остров получил имя мельника.

В 1738 году сюда были перенесены прядильные мастерские, а речка, отделяющая остров, получила название Пряжка. В конце XVIII века на острове был построен механический завод шотландского инженера Чарльза Берда, производивший изделия из чугуна. В первой половине XIX века Берд стал монополистом в строительстве и эксплуатации паровых судов. В 1815 году состоялось показательное плавание парохода в пруду Таврического сада в присутствии членов императорской семьи, а позже был осуществлен первый рейс в Кронштадт и обратно. Этот рейс положил начало паровому судоходству в России. В 1916 году на ремонт сюда пришел крейсер «Аврора», чтобы уже в октябре 1917 года сделать свой исторический выстрел.

ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ПРОШЛОГО Существовавший раньше как промышленная территория Матисов остров становится сегодня пространством для жизни высокого уровня. ГК Fizika Development развивает здесь новый жилой проект под названием «Остров первых» и намерена вложить в него более 28 млрд рублей. Выгодное расположение в самом сердце Петербурга — в пешей доступности от Новой Голландии и Мариинского театра — пророчит локации значительные перемены, открывая премиальную страницу в его современной истории. В компании убеждены, что остров встанет в один ряд с признанными местами статусного проживания Северной столицы наряду с Петровским островом.

Бывшее здание завода Берда, где были отлиты решетка Казанского собора и ангел, венчающий Александровскую колонну, будет преобразовано в общественное пространство, каждый посетитель которого сможет проникнуться атмосферой локации и погрузиться в ее историю.

ОБРАЗЦОВЫЙ РЕДЕВЕЛОПМЕНТ Краснокирпичное производственное здание с водонапорной башней завода Чарльза Берда было построено в 1860–1894 годах архитекторами Р. Р. фон Генрихсеном и А. Л. Гольмом, создателями особняка графа Г. А. Кушелева-Безбородко, доходных домов Н. А. Макарова и А. В. Дехтеринского. Старинное здание мануфактуры станет лицом клубного квартала «Остров первых». Девелопер обязуется сохранить исторические масштабы объекта, бережно отреставрировать фасад. После редевелопмента в стенах здания разместится ресторан высокой кухни. Расположенный во внутреннем дворе променад объединит историческое здание с современными резиденциями и станет пространством для утренних пробежек, вечерних прогулок или отдыха у воды.

НОВОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО Проект «Остров первых» будет выполняться в три этапа. В трех очередях строительства будет построено в общей сложности 1300 квартир. Максимальная высота домов не превысит 11 этажей с учетом подземного паркинга. Планировки будут разнообразными: от студий до трехкомнатных квартир с панорамными видами на Неву и Васильевский остров, а также с возможностью объединения в единый пентхаус площадью 300 кв. м, занимающий целый этаж.

Разработкой входных групп и лобби занимается московская студия Hot Walls — эксперты по интерьерной архитектуре в премиальном сегменте. В портфеле компании проекты в Москве, Дубае, Лондоне и еще десятке городов по всему миру.

Дополнительный комфорт резидентам обеспечат лифты в подземный паркинг, куда жильцы смогут спускаться, не выходя на улицу. Для собственников машино-мест предусмотрена бесконтактная система RFID, а также система электроподогрева пола, предотвращающая обледенение въездов и выездов для безопасного передвижения автомобилей в морозные дни.

Закрытая охраняемая территория комплекса в формате «дворы без машин» находится под круглосуточным видеонаблюдением.

ЯРКИЙ АНСАМБЛЬ Автором архитектурного проекта «Острова первых» стал член Союза архитекторов России, профессор Международной академии архитектуры, основатель архитектурной студии Intercolumnium Евгений Подгорнов. Его авторству принадлежат проекты «Привилегия», Esper Club, Riviere Noire и многих других объектов элитных локаций современного Петербурга.

Новый жилой проект на Матисовом острове возвышается над дельтой Невы, создавая выразительный ансамбль, характерный для набережных Большой Невы. Сложная пластика видовых секций первого и третьего корпусов комплекса вместе с остальными частями клубного квартала создают разную по настроению среду, одновременно современную и органичную в отношении исторической застройки.

Контекст окружающей архитектуры отражен в благородных тонах фасадов — от глубокого хаки и песочного до утонченного молочно-сливочного и стильного асфальтового.

Историческое краснокирпичное здание добавляет архитектурный акцент окружающей территории, а использование ригеля и кирпича ручной формовки в облицовке придает кварталу восприятие исторической целостности. Сценарная архитектурная подсветка выгодно подчеркивает геометрию фасадов премиального квартала.

В единую гармоничную структуру все корпуса квартала объединит собственный променад с зелеными аллеями, кафе, зоной отдыха, детской площадкой для разных возрастных групп юных резидентов и спортивной площадкой. Украсит квартал новый арт-объект — экокупол, а со стороны Невы застройщик создаст первую в городе парящую набережную. Благоустройством «Острова первых» занимается московская студия GAFA, с которой застройщик уже работает на элитном объекте «Моисеенко 10» напротив «Невской ратуши».

РАЗВИТИЕ ЛОКАЦИИ В ближайшие годы территорию Матисова острова ждут значительные преобразования. Бульвар вдоль набережной реки Пряжки будет приведен в порядок в рамках нацпроекта «Инфраструктура для жизни». В результате комплексного благоустройства здесь появятся пешеходные дорожки и современное оснащение, которые дополнят историческое пространство.

На соседнем Ново-Адмиралтейском острове запланировано строительство нового концертно-театрального комплекса в рамках амбициозного проекта с участием ПАО «Банк ВТБ». Вместимость площадки составит около 1,8 тыс. зрителей, в ее состав войдут большой и малый залы, сцена-трансформер для балета и оперы. В арт-пространстве мирового уровня поселится творческий коллектив дирижера Теодора Курентзиса, и оно станет новой точкой притяжения для ценителей искусства.

Обеспечить сообщение между Васильевским и Ново-Адмиралтейским островом призван новый мост, предусмотренный в действующем Генеральном плане Санкт-Петербурга. Этот инфраструктурный проект создаст дополнительные маршруты, разгрузив Благовещенский и Дворцовый мосты, а также улучшит дорожную обстановку между Адмиралтейским, Василеостровским и Петроградским районами.

Дальнейшее развитие на Матисовом острове получит и уже действующий экокультурный проект «Остров роз», созданный в 2022 году оперной певицей Мариинского театра Анной-Марией Матис при участии местных жителей. Горожане и волонтеры высаживали здесь именные кусты роз, установили скамейки вдоль набережной Пряжки, а в 2024 году цветочную аллею украсила фигурка ангела с вертушкой работы скульптора Романа Шустрова. В этом году проект попал в городскую адресную программу, благодаря чему он получит полноценное благоустройство по аналогии с оформлением набережной Карповки в Петроградском районе.

РАВНЕНИЕ НА ПЕРВЫХ Как сообщил управляющий партнер ГК Fizika Development Александр Кравцов, проект «Остров первых» в настоящее время является самым масштабным в портфеле группы. «Матисов остров — одно из самых перспективных направлений для развития жилой недвижимости в исторической части Санкт-Петербурга, выделяющееся близостью центра, видами на Большую Неву и отличной транспортной доступностью»,— убежден господин Кравцов. По его словам, компания уделит особое внимание созданию на острове качественной инфраструктуры и строительству социальных объектов, которые дадут толчок развитию всего острова и Адмиралтейского района в целом. Приступить к строительству и открыть продажи в будущем жилом комплексе планируется в мае 2025 года. ■

ПОГРЕТЬ РУКИ НА ТЕРМАХ

ДЕВЕЛОПЕРЫ, РАБОТАЮЩИЕ В СФЕРЕ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ, СТОЛКНУЛИСЬ С НЕОБХОДИМОСТЬЮ ПОИСКА НОВЫХ ФОРМАТОВ, СПОСОБНЫХ ГЕНЕРИРОВАТЬ ПОТОКИ ПОСЕТИТЕЛЕЙ В ТОРГОВЫЕ И МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ КОМПЛЕКС, А ТАКЖЕ ПОВЫШАТЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ЖИЛЫХ ДОМОВ. ОДНИМ ИЗ ТАКИХ ОТНОСИТЕЛЬНО НОВЫХ, АКТИВНО РАЗВИВАЮЩИХСЯ ФОРМАТОВ СТАЛИ ТЕРМАЛЬНЫЕ КОМПЛЕКСЫ. В СТОЛИЦЕ, ПО СЛОВАМ АНАЛИТИКОВ, ТАКИХ ПРОЕКТОВ, ПОЯВЛЯЕТСЯ ВСЕ БОЛЬШЕ, НЕ ЗА ГОРАМИ РАЗВИТИЕ ЭТОГО СЕГМЕНТА И В ПЕТЕРБУРГЕ. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Российский рынок термальных комплексов в формате самостоятельных курортно-оздоровительных объектов начал формироваться с 2012 года. До этого термальные услуги были частью инфраструктуры баз отдыха и отелей. По состоянию на январь 2025 года в России, по данным NF Group, функционирует 60 термальных комплексов общей площадью 340 тыс. кв. м. В 2024 году было открыто 13 новых объектов общей площадью 70 тыс. кв. м.

Заместитель директора Банковского института развития Юлия Макаренко говорит: «В ближайшие пару лет рынок термальных комплексов будет насыщаться. К 2028 году ожидаем удвоения (исходим из изначально невысокой базы, число объектов исчисляется лишь десятками). Интерес подогревается общим трендом заботы о себе и своем здоровье. Термы располагают либо в отдельно стоящих помещениях (предполагаются самые крупные инвестиции), в ТРЦ, в отелях (можно посещать без проживания). Термы как бизнес сами по себе создают трафик, тем не менее для многих важны транспортная доступность и размещение в городской черте».

Юрий Тараненко, директор по коммерческой недвижимости ГК «Кортрос», полагает, что такие проекты физически реализовать можно далеко не везде. Для крупного комплекса требуется 1,5–2 га земли. Кроме того, термальные комплексы требуют больших объемов электрических мощностей и соблюдения высоких требований по водоснабжению и теплу. «Более того, девелоперу с подобным проектом крайне сложно выйти в окупаемость. Это возможно только в случаях, когда сам застройщик выполняет функции УК термального комплекса. Но на это готов не каждый девелопер»,— указывает он.

Марина Чернякова, руководитель отдела коммерческой недвижимости девелоперской компании «Мангазея», говорит, что для локальных термальных клубов, где предусматриваются небольшой хаммам и сауна, потенциальные арендаторы запрашивают помещения 120–150 кв. м — здесь все осталось практически без изменений. А вот в термах, где дополнительно планируются бассейн и джакузи, уже мало 1,2–1,5 тыс. кв. м, как три-четыре года назад. Операторы запрашивают возможность организовать от 2 тыс. кв. м с большой мощностью и нагрузкой на перекрытия.

Игорь Кокорев, операционный директор департамента стратегического консалтинга Nikoliers, говорит, что рынок термальных комплексов дает возможность реализации различных форматов объектов, которые могут быть как сравнительно компактными — менее 1000 кв. м, так и крупными — площадью более 10 тыс. кв. м.

«Распространенный формат крупного термального комплекса предполагает наличие термальной зоны с несколькими видами бань и саун, количество которых может превышать десять, зоны отдыха, как правило, у бассейна, бар или иное предприятие общественного питания. Оптимально также включение в проект уличной зоны с бассейном (outdoor). В зависимости от концепции формат может дополняться бассейнами с минеральной или соленой водой, гидромассажным бассейном или зонами в бассейне, детской зоной, элементами аквапарка (горками), оздоровительными зонами»,— рассказывает эксперт.



ЕВГЕНИЯ ЯБЛОНСКАЯ

ОКУПАЕМОСТЬ ТЕРМАЛЬНЫХ КОМПЛЕКСОВ ПРИ НОРМАЛЬНЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛОВИЯХ МОГЛО БЫ СОСТАВЛЯТЬ ДВА-ТРИ ГОДА, НО ПО СЕГОДНЯШНИМ СТАВКАМ МОЖЕТ ДОХОДИТЬ И ДО ВОСЬМИ ЛЕТ

В ТОРГОВОМ ЦЕНТРЕ Юлия Тряскина, руководитель и партнер UNK interiors, рассказала, что компания проектирует несколько термальных комплексов Termoland в торговых центрах крупных городов России. «Вопрос площади термальных комплексов тесно связан с технологическими требованиями и зависит от множества факторов, включая расположение объекта, цели инвесторов и специфические нужды региона. Так, например, комплексы площадью около 6 тыс. кв. м могут включать обширную развлекательную зону, тогда как небольшие проекты варьируются от 600 до 1000 кв. м. Все определяется задачами, стоящими перед проектом»,— замечает она.

По словам эксперта, в случае создания термального комплекса в густонаселенном городском районе важно учитывать культурные аспекты и потребности местных жителей. Для привлечения широкой аудитории, помимо медицинского назначения, необходимо предусмотреть разнообразную развлекательную программу, что потребует увеличения общей площади комплекса. «Однако, если речь идет о туристическом объекте, например, о термальном комплексе при гостинице, то площадь может составлять от 1 до 3 тыс. кв. м, в зависимости от конкретных условий»,— добавляет госпожа Тряскина.

Важнейшим фактором остается наличие природного источника воды или искусственно созданной водной инфраструктуры, способствующей формированию уникальной атмосферы. «Рынок термальных комплексов чрезвычайно разнообразен, каждый объект обладает своей индивидуальностью, начиная от эксклюзивных предложений класса люкс и заканчивая проектами массового сегмента. Подобное разнообразие делает этот сегмент рынка востребованным и актуальным, особенно учитывая примеры европейских городов, таких как Будапешт с его городскими банями или Баден-Баден с закрытыми термальными источниками, где каждая категория комплекса находит свою уникальную аудиторию»,— рассуждает госпожа Тряскина.

БЛИЖЕ К ЛЮДЯМ В последнее время для повышения привлекательности своих объектов термальные комплексы стали организовывать застройщики жилья.

Павел Евсюков, руководитель по развитию продукта Hansa Group, отмечает: «Если говорить о спа-комплексе как отдельном виде бизнеса в составе жилого комплекса, открытом для внешней аудитории, то минимальная площадь составляет 500–600 кв. м. Так, в городском термальном курорте, который появится в нашем проекте SAAN, на площади около 600 кв. м нам удалось разместить три различных бассейна, две парных, раздевалки и подсобные помещения. Курорт рассчитан на одновременное пребывание 40 человек. При этом мы уже сейчас понимаем необходимость добавления дополнительных водных аттракционов и спа-зон, поэтому закладываем дополнительные площади под их расширение».

По словам господина Евсюкова, себестоимость готовых решений сильно зависит от выбора поставщиков. «Оборудование европейских производителей, которое мы рассматриваем в приоритете, стоит в три-пять раз дороже китайских аналогов. Однако такие вложения окупаются за счет более высокого качества, долговечности, автоматизации процессов и минимизации человеческого фактора»,— подчеркивает он.

Только за последние месяцы несколько крупных застройщиков сообщили о планах по созданию спа-пространств в своих проектах. «Петербург — северный город с коротким летом. Наличие круглогодичного доступа к инфраструктуре термальных комплексов способно усилить позиционирование проекта. Особенно если речь идет о проекте МФК, рассчитанном на туристическую и бизнес-аудиторию»,— полагает господин Евсюков.

ОКУПАЕМОСТЬ ЗА НЕСКОЛЬКО ЛЕТ Госпожа Макаренко примерные инвестиции в создание термального комплекса оценивает от 170–250 млн рублей до 500 млн и выше. «Очевидно, что стройка отдельного здания обойдется дороже переоборудования части торгового центра. Окупаемость в среднем, по отзывам участников рынка, до пяти лет при посещаемости от нескольких сотен человек в день»,— говорит она.

При этом, по ее словам, под термы можно переоборудовать далеко не каждый ТРЦ. К примеру, подойдут только площади, которые предполагают нагрузку 500–600 кг на квадратный метр и выше; с зоной разгрузки и отдельным входом для посетителей — это связано с режимом работы такого вида досуга (с шести-семи утра и до полуночи). «Также принципиальна недорогая аренда, поскольку требуется от 1 до 30 тыс. кв. м площади под термы. Это, в свою очередь, выгодно и ТРЦ, которые испытывают сложности с уходом западных брендов из России и тотальным уходом покупателей в онлайн. Руководство в первую очередь заинтересовано в организации досуга и переориентации ТРЦ в сторону больше развлекательного, чем торгового профиля. К тому же подобные арендаторы — это залог долгих отношений. Если торговая точка ритейла одежды, обуви, косметики и книг может в любой момент съехать и ТРЦ недополучит доход, то перестройка части здания привязывает бизнес к определенному объекту. Примеров такой синергии станет больше»,— думает госпожа Макаренко.

Ольга Широкова, региональный директор департамента консалтинга и аналитики NF Group, полагает, что окупаемость термальных комплексов при нормальных финансовых условиях могло бы составлять два-три года, но по сегодняшним ставкам может доходить и до восьми лет.

«Срок окупаемости может очень сильно разниться в зависимости от схемы реализации: новое строительство или реконструкция, покупка помещения, строительство нового или аренда существующего. В наиболее простом и благоприятном случае инвестиции могут окупиться за три года, но при полном цикле девелопмента и крупном и сложном объекте может составить и 10–12 лет»,— высказывает мнение господин Кокорев.

Риски перенасыщения рынка в ближайшие годы, по его мнению, пока невелики: сегмент только входит в активную стадию и на ряде потенциально крупных рынков имеет очень невысокую степень развития. «Однако отдельные локальные рынки могут столкнуться с дефицитом спроса, особенно при одномоментном резком расширении предложения или неверной изначальной оценке рынка. Такие примеры могут стать важным сигналом, которые помогут более взвешенно подходить к созданию новых объектах и на других рынках»,— делится господин Кокорев.

Рынок термальных комплексов находится на стадии активного роста, и риск перенасыщения пока неактуален. «Это новая культура. Даже в Москве, несмотря на некоторое разнообразие, выбор достойных вариантов ограничен, и большинство существующих объектов требуют обновления или внедрения новых подходов к проектированию именно термальных комплексов. Рынок только начинает развиваться, и говорить о его перенасыщении преждевременно: до достижения этого уровня пройдет еще минимум десять лет»,— считает госпожа Тряскина. С ней согласны и другие коллеги. ■

«ВО МНЕ ПРОСНУЛСЯ ДУХ ПАРТИЗАНА»

СОБСТВЕННИК ГК GOLDEN AGE HOTEL GROUP ЗЫОНГ ТИ КИЕН РАССКАЗАЛ КОРРЕСПОНДЕНТУ GUIDE О ТОМ, ПОЧЕМУ ОН ИНВЕСТИРУЕТ В РЕДЕВЕЛОПМЕНТ ИСТОРИЧЕСКИХ ЗДАНИЙ В ПЕТЕРБУРГЕ, КАК ЭТОТ СЕГМЕНТ ОСТАЕТСЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ДЛЯ ИНВЕСТИЦИЙ, А ТАКЖЕ О ПЛАНАХ КОМПАНИИ ПО РАЗВИТИЮ. ЕКАТЕРИНА ДЫННИКОВА



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

GUIDE: Расскажите, какие объекты вы планируете выводить на рынок в ближайшее время?

ЗЫОНГ ТИ КИЕН: В течение двух месяцев мы завершаем реконструкцию бывшего аварийного жилого дома на улице Блохина, 6/3. Крупный объект площадью более 12 тыс. кв. м в своей концепции объединяет камерный жилой комплекс и 154 номера отеля категории «четыре звезды». С момента старта проекта концепция реновации здания несколько поменялась за время ковида. Во время разгара эпидемии повысился спрос именно на апарты, и мы хотели идти в этот сегмент. Но позже стало понятно, что в нашей локации конкурировать с традиционными апарт-отелями нет смысла. Поэтому «Отель 6/3» будет иметь классическую концепцию гостиницы.

G: Вы сказали, что здесь есть и квартиры.

З. Т. К.: Да, они располагаются со стороны Провиантской улицы, 70% из них уже распродано, в некоторые уже заселились владельцы.

G: В этот объект вы инвестировали собственные или заемные средства?

З. Т. К.: Мы привлекли кредиты, поскольку объект достаточно крупный. Общая сумма собственных и заемных средств составила 2,5 млрд рублей. Во время ковида, конечно, пришлось понервничать, потому что было непонятно, как ситуация будет развиваться дальше. Но все сложилось. Во мне, видимо, в то время проснулся вьетнамский партизан, способный удержаться на плаву, подумать трезво и решить, что делать дальше. В итоге все получилось, и мы планируем открыть четырехзвездочный отель на улице Блохина в мае-июне.

Также у нас тут будут работать два конференц-зала, видовая площадка для летних мероприятий, внутренний двор с арт-объектами. Мы делаем упор на семейный отдых: у нас предусмотрены номера для семейного проживания, будет работать детский клуб, предполагающий большой набор мероприятий и активностей для детей. Подобных объектов, предлагающих такой широкий спектр услуг, на Петроградке в ближайшее время пока нет.

G: Расскажите пожалуйста, как вы приехали в Россию, и почему решили тут остаться и заняться бизнесом.

З. Т. К.: Я приехал в Ленинград в 1988 году. Приехал учиться в Ленинградский институт кино и телевидения по программе обучения между СССР и Вьетнамом. Я получил образование инженера-электротехника. Я родом из Вьетнама и вырос в ситуации войны. Для меня Ленинград, а потом Санкт-Петербург стал другим миром — мечтой. Узнав историю города, я еще больше влюбился в него, и эта любовь с годами не проходит.

G: Но работать по специальности не получилось?

З. Т. К.: Я должен быть работать на телеканалах, киностудиях во Вьетнаме. Но когда я окончил институт в 1993 году, в России произошло много изменений. У меня уже появилась семья, родилась дочь, и в итоге я принял решение остаться в России. Тогда, как вы помните, экономика страны перестраивалась, работа на телевидении стала не слишком актуальной. Поэтому мне пришлось сменить специальность. Я начал работать в российском подразделении вьетнамской корпорации, которая занималась производством и импортом продуктов питания. Там я руководил логистикой и коммерческой деятельностью.

G: Как вы пришли в девелопмент?

З. Т. К.: Не сразу. Тот вьетнамский холдинг сделал упор на развитии во Вьетнаме, но я отказался благодаря своей семье и любви к России и в Петербурге стал заниматься собственным бизнесом, создал логистическую и производственную компанию и проработал в этой сфере около восьми лет.

G: А дальше?

З. Т. К.: В 2014 году стало понятно, что часть иностранных инвесторов стала покидать Россию, а цены на недвижимость снизились из-за девальвации курса рубля. При этом, повторю, я люблю Петербург и всегда видел его огромный потенциал как культурного и туристического центра. Поэтому после присоединения Крыма я решил вложить заработанные средства в недвижимость, связанную с туризмом. В 2014 году я приобрел небольшой отель на Мойке. Тогда я не знал, как работает этот бизнес, но мне было интересно. Позже я купил небольшой исторический дом на набережной Фонтанки, 97. Это один из смежных домов Полторацкого, которые называют «Три сестры». Мы занялись расселением квартир, а затем переоборудовали здание в бутик-отель из 24 номеров. При этом мы сохранили все исторические элементы дома, который является памятником архитектуры.

G: Обращались ли вы за кредитом для реновации здания?

З. Т. К.: Тогда нет, не обращался. Собственно, я как частный инвестор и начинал с небольшого проекта, который не требовал значительных вложений. Также у меня тогда еще не было кредитной истории, залогового имущества, что позволило бы получить кредит. Поэтому проект был реализован на собственные средства: полтора миллиона долларов было вложено в расселение и еще около миллиона — в ремонт.

G: Ваша компания управляет отелем или вы его продали?

З. Т. К.: Наша стратегия развития — заниматься реновацией памятников архитектуры и управлять ими.

G: Можно ли говорить о возврате инвестиций в этот отель?

З. Т. К.: Да. Мы открыли его в 2016 году, через шесть лет мы окупили инвестиции и уже три года как получаем чистую прибыль от этого проекта. Это неплохой показатель, потому что крупные инвесторы говорят, что обычно инвестиции в отели откупаются через 10–12 лет. У нас получилось раньше. Я считаю, что это произошло благодаря удачному месту, а также тому, что мы вложили в этот проект душу.

G: Какие еще у вас есть проекты?

З. Т. К.: Продолжая эту стратегию развития, я приобрел еще один расселенный дом на улице Чайковского, 55, и создал там четырехзвездочный отель, он открылся 30 апреля 2018 года. Это важная дата для меня, потому что это день воссоединения Вьетнама. Открытие также было приурочено к дню рождения первого президента Вьетнама. Кроме того, мы успели ввести отель к началу высокого сезона. Мы приобрели этот объект за $3 млн и вложили еще около $3 млн. Отель на Чайковского включает 69 номеров, он окупился всего за пять лет.

G: Есть ли планы по реновации других объектов? И всегда ли стоит инвестировать именно в жилые дома?

З. Т. К.: Не только в них! Сейчас, после эпидемии ковида и в связи с практикой работать дистанционно есть смысл менять назначение бизнес-центров, превращая их в гостиницы. Мы видим, что многие собственники бизнес-центров понимают, что спрос на такие объекты снижается, и ищут варианты смены профиля зданий. Нам уже поступают предложения от владельцев бизнес-центров о продаже зданий. Как раз недавно мы завершили сделку по приобретению такого объекта площадью 9 тыс. кв. м в историческом здании в Центральном районе, недалеко от станции метро «Владимирская». Здесь также мы планируем создать четырехзвездочную гостиницу. Общая сумма вложений в покупку и реконструкцию составит около 2 млрд рублей, из них на покупку пришлось около 700 млн рублей. Думаю, что на реновацию и ввод объекта у нас уйдет около двух лет.

G: Насколько я понимаю, там рядом уже много отелей. Не боитесь конкуренции? И будет ли этот объект дороже, чем дом на Блохина?

З. Т. К.: Нет, в Центральном районе будет проще, потому что на Петроградской нам пришлось капитально вложиться в реконструкцию здания. В бизнес-центре же предстоит сделать, по сути, только ремонт помещения. Что касается конкуренции, то она нас не смущает, потому что мы хорошо знаем рынок и свой сегмент и сможем предложить посетителю то, что не предлагают другие отели.

Например, мы можем обыграть то, что когда-то в этом здании находилась типография, здесь издавалась газета «Правда». У нас уже есть несколько вариантов того, как использовать эту тему для привлечения гостей и создания особой атмосферы. Мы бережно относимся к историческому контексту зданий и всегда стараемся сохранить и подсветить их исторические особенности.

G: Корректно ли говорить, что редевелопмент исторических зданий — это скорее бизнес для средних и малых инвесторов?

З. Т. К.: Я бы не сказал так. В этом секторе есть и крупные инвесторы, просто они вкладываются в более масштабные объекты, которых в Петербурге достаточно. И в Адмиралтейском районе, и в Коломне, и в других локациях. Места и объектов хватает и крупному, и среднему бизнесу.

G: Можно ли считать редевелопмент исторических зданий стабильным вложением средств в текущей нестабильной экономической ситуации?

З. Т. К.: Да, конечно, потому что это вложения на перспективу. Очевидно, что ключевая ставка не будет вечно составлять 21% и постепенно снизится. А туристический потенциал Петербурга вовсе не исчерпан. Кроме того, при обесценивании денег исторические здания можно считать хорошими активами для вложений. Реновация исторического дома полезна всем: мы сохраняем лицо нашего города, бережно возвращаем в городскую среду здание, даем жильцам возможность начать новый этап своей жизни, создаем бизнес и рабочие места, а город получает налоговые отчисления.

G: Как я понимаю, вы работаете в категории «четыре звезды». Рассматривали ли вы варианты создания трех- или пятизвездочных гостиниц?

З. Т. К.: «Три звезды» — скорее нет, потому что в этом сегменте работают апарт-отели, сюда мы выходить не планируем. В сегменте «пяти звезд» пока не планируем работать, но если так или иначе попадется объект, который можно переделать в пятизвездочную гостиницу, то этот вариант можно будет рассмотреть. Но на сегодня вложения в создание пятизвездочного отеля примерно на треть больше, чем инвестиции в организацию четырехзвездочной гостиницы.

G: Вы планируете развиваться только в Петербурге?

З. Т. К.: Мы в перспективе рассматриваем возможность выхода с проектами реновации зданий и в Москву. Столица может быть интересна по целому ряду причин. Например, там спрос на отели стабильный и не меняется, как в Петербурге. В ближайшее время будем изучать московский рынок более пристально. ■

«УМНЫЙ» ПРОРЫВ ЗА СЧЕТ ПАДЕНИЯ ЦЕН

СИСТЕМА «УМНЫЙ ДОМ» ЗА ПОСЛЕДНИЕ ТРИ ГОДА АКТИВНО НАБИРАЕТ ПОПУЛЯРНОСТЬ. И ЕСЛИ РАНЬШЕ В ОСНОВНОМ ЭТО БЫЛО ПРИЗНАКОМ ЖИЛЬЯ ПРЕМИАЛЬНЫХ КЛАССОВ, ТО ТЕПЕРЬ ВСЕ БОЛЬШЕ ОБЪЕКТОВ КЛАССА КОМФОРТ ВНЕДРЯЮТ ДАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ. ПРИЧИНОЙ ТАКОГО ПРОРЫВА ЭКСПЕРТЫ НАЗЫВАЮТ СНИЖЕНИЕ СТОИМОСТИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА МНОГИЕ КОМПОНЕНТЫ «УМНОГО ДОМА». ВЕРОНИКА АБРАМЯН

Еще три года назад на жилье с элементами «умного дома» приходилось не более 2–3% от жилого фонда, сейчас объем увеличивается за счет новостроек.

Управляющий партнер аналитического агентства «ВМТ Консалт» Екатерина Косарева говорит, что присвоение дому статуса «умного» формализовано благодаря разработке стандартов методологии оценки. «К примеру, разделение на пять классов, которое разработали ЕРЗ и Profitbase в конце 2021 года. Методология включает 35 критериев, разбитых на шесть групп: видеонаблюдение, управление доступом, безопасность, управление инженерными системами, клиентский сервис. Эта система оценивания легла в основу национальных стандартов ГОСТ Р „Системы киберфизические. Умный дом. Термины и определения“ и ГОСТ Р „Системы киберфизические. Умный дом. Общие положения“. Методология разработана в соответствии с Концепцией цифровизации многоквартирных домов на территории Российской Федерации и согласуется с Перспективной программой стандартизации в области „умных“ домов, зданий и сооружений на 2023–2030 годы. Стандарты заработали 1 сентября 2024 года»,— рассказала госпожа Косарева.

Сейчас развитие сервисов «умного дома» сосредоточено на безопасности (распознавание лиц), экономии времени (на основании лица «умный» лифт едет на первый этаж и понимает, на какой этаж следует подняться) и экономии ресурсов (например, «умные» счетчики, системы распознавания всевозможных протечек, «умные» системы отопления, за которое не нужно переплачивать, к примеру, в отпуске).

«За современный функционал „умного дома“ потенциальные покупатели готовы доплачивать. Очевидно, что, чем выше класс жилья, тем больше услуг „умного дома“ может предложить застройщик и УК и тем дороже в конечном счете квадратный метр недвижимости в таком доме. Некоторые системы внедряются и в домах эконом-класса, это неизбежное явление, связанное с либерализацией решений (чем распространеннее решение, тем оно дешевле и более доступно) и желанием застройщиков отстроиться от конкурентов»,— рассуждает госпожа Косарева.

Она отмечает, что системы «умного дома» также призваны «подружить» жильцов с управляющей компанией. Не всегда работу и ее качество видно рядовому жильцу, который большую часть суток находится в пути или на работе. «Прием заявок и отчетность в мобильном приложении сделает деятельность видимой. Будущее в такого рода коммуникациях — в супераппах, которые позволят контролировать сразу множеством разнонаправленных сервисов»,— полагает эксперт.

От внедрения систем «умного дома» еще на стадии строительства выиграют и девелоперы. К примеру, часть IoT-решений позволяет ускорить строительства, так как часть сборки и настройки происходит в другом месте. Эти разработки в большинстве своем отечественные и не зависят от западных санкций.

Дмитрий Лебедев, директор по цифровой трансформации ГК «Кортрос», при этом отмечает, что сегодня девелоперам недостает юридического инструментария, который описал бы состав сервисов «умных домов», требования к оборудованию, протоколам обмена данных, архитектуре платформы и к самой процедуре реализации системы умных домов.

Алия Ханбекова, директор департамента элитной недвижимости NF Group в Санкт-Петербурге, говорит, что за последние три года стоимость оборудования для



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

ЗАПАДНЫЕ КОМПАНИИ, УШЕДШИЕ С РОССИЙСКОГО РЫНКА, ПРЕДЛАГАЛИ В ОСНОВНОМ ДОРОГИЕ, ПРОВОДНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ «УМНОГО ДОМА». ОДНАКО ИМ НА СМЕНУ БЫСТРО ПРИШЛИ РОССИЙСКИЕ (СОПОСТАВИМЫЕ ПО СТОИМОСТИ ИЛИ ДЕШЕВЛЕ) И БЕСПРОВОДНЫЕ КИТАЙСКИЕ (СУЩЕСТВЕННО ДЕШЕВЛЕ) АНАЛОГИ

«умного дома» претерпела изменения: «С одной стороны, развитие технологий и рост внутреннего производства привели к расширению ассортимента и появлению более доступных решений. С другой — уход западных компаний повлиял на рынок программного обеспечения, потребовав адаптации существующих систем и поиска альтернатив».

По ее словам, в элитных комплексах «умный дом» чаще всего представлен в формате централизованных решений, интегрированных в управление зданием, включая системы климат-контроля, безопасность и автоматизированное управление освещением. Девелоперы активно используют эти технологии для повышения ценности объектов, хотя окончательный выбор их наполнения остается за застройщиком и предпочтениями покупателей.

СИСТЕМА СТАНОВИТСЯ ДЕМОКРАТИЧНЕЕ Элементы «умного дома» активно внедряются не только в премиальных сегментах. И это, пожалуй, главный тренд последних лет. Дмитрий Ефремов, начальник управления продуктового менеджмента и маркетинговых исследований компании «Главстрой Санкт-Петербург», отмечает: «Время не стоит на месте, пожелания покупателей к современной комфортной и безопасной квартире эволюционируют. Можно сказать, что опция „умный дом“ уже стала характерным атрибутом жилых комплексов комфорт-класса в Петербурге».

По его словам, есть как индивидуальные, так и коробочные версии, которые могут быть расширены по желанию потребителя. «Умный дом» может соединяться с другими опциями комфорта, например, с закрытыми для автотранспорта дворами. «Такие решения мы применяем в новых кварталах „Северной долины“ и „Юнтолово“. Жители смогут поставить на телефон или планшет приложение, с помощью которого можно открывать калитку во двор или дверь в парадную для гостей, курьеров, с помощью голоса открывать шлагбаум и заезжать в паркинг. Кроме того, всем жителям доступна картинка с IP-камер видеонаблюдения, установленных в местах общего пользования, паркинге, парадной, на детской площадке. Поэтому, например, родители могут в режиме реального времени наблюдать за играющими во дворе детьми. В первую очередь такие технологии востребованы у молодежи, которая активно использует гаджеты в повседневной жизни. Но и для старшего поколения такие опции, повышающие безопасность и комфорт проживания, тоже нужны»,— делится господин Ефремов.

Марина Шкурко, управляющий партнер Puzzle Realty, подтверждает: «Наблюдается снижение цен на многие компоненты систем „умный дом“. Система становится все более доступной для рядового потребителя. Это связано с увеличением предложений на рынке, особенно со стороны местных производителей и новых компаний, а также с совершенствованием технологий и их масштабированием. Компоненты для систем „умный дом“ становятся все более доступными и разнообразными».

По его словам, уход западных игроков значительно повлиял на рынок программного обеспечения для «умного дома». Ряд компаний, которые занимали лидирующие позиции, ушли из России, что вызвало пробелы и нехватку поддержки для существующих систем. В то же время на фоне этого многие российские разработчики и технологические стартапы начали активнее внедрять свои решения, создавая локальные альтернативы, что привело к некоторой диверсификации и даже локальному улучшению качества ПО. В первую очередь улучшения коснулись безопасности и вопросов синхронизации с системами, которые представлены на местном рынке, отмечает госпожа Шкурко.

«Российским производителям удалось импортозаместить продукцию ушедших западных компаний и успешно закрывать возрастающий спрос на автоматизацию бытовых вопросов. Стоит также отметить, что на место западных систем и устройств пришли и китайские партнеры. Самыми востребованными сейчас являются системы безопасности, включающие видеонаблюдение, домофоны и другие устройства»,— подтверждает слова коллеги господин Лебедев.

РАСТУЩАЯ ДОЛЯ Марина Шкурко подсчитала, что 20–30% нового жилья включает в себя элементы систем «умный дом». Их доля растет особенно активно в крупных городах. К примеру, новые жилые комплексы и дома зачастую включают в себя интеграцию «умного дома» уже на этапе строительства, что делает такую недвижимость более привлекательной для покупателей. «Такой тренд наблюдается также и в загородной недвижимости среди индивидуальных покупателей. Однако некоторые клиенты нашего агентства столкнулись с тем, что при покупке домовладения с уже интегрированной системой „умный дом“ им приходится изучать целые каталоги инструкций, и со временем они продолжают использовать только основные наиболее популярные функции. На мой взгляд, важно в таких случаях приглашать специалиста, который может грамотно настроить систему и на практике показать преимущества от их использования»,— подчеркивает она.

Анжелика Альшаева, генеральный директор агентства недвижимости «КВС», говорит: «Сегодня „умный дом“ остается востребованным, растет интерес к автоматизации и энергоэффективности жилья. Наиболее популярны базовые элементы, такие как „умное“ освещение, видеонаблюдение, „умные“ розетки и системы управления климатом. Например, в нашем новом проекте на Курской улице мы собираемся применить систему „умный дом“ в базовом варианте. Самое главное — это безопасность, поэтому, скорее всего, это будут „умные“ датчики протечек, а также возможность бесконтактного дистанционного открывания дверей в парадные, в паркинг, в квартиру и в кладовые с контролем через мобильное приложение».

«С одной стороны, развитие технологий и массовое производство компонентов, таких как датчики, „умные“ розетки, камеры и системы управления, привело к снижению стоимости оборудования. Например, базовые элементы, такие как „умные“ лампы или термостаты, стали более доступными для широкого круга потребителей. Российские производители активно заполняют образовавшийся вакуум. В результате стоимость оборудования для „умного дома“ в целом осталась на прежнем уровне или даже немного выросла для премиальных решений»,— говорит Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости группы ЦДС.

Гендиректор АН «Культурная столица» Ольга Бочарникова рассказывает: «Западные компании, ушедшие с российского рынка, предлагали в основном дорогие, проводные технологии „умного дома“. Однако им на смену быстро пришли российские (сопоставимые по стоимости или дешевле) и беспроводные китайские (существенно дешевле) аналоги. Беспроводные часто включают в себя управление освещением, климат-контроль и техническую безопасность. Установка такой системы обойдется в среднем до 2,5 тыс. рублей за квадратный метр. Проводные технологии достигают 4 тыс. рублей за „квадрат“. В элитном сегменте тренд на „умные дома“ с каждым годом растет, постепенно становясь нормой. Как правило, застройщики сдают новостройки с автоматическим открыванием дверей, бесключевым доступом. В домах премиального класса установка системы „умного дома“, включающая автоматизацию всех процессов, инфраструктуру для электромобилей и экологические аспекты, может достигать 7–8 тыс. рублей за квадратный метр».

Эксперты обращают внимание, что систему «умный дом» необходимо не только спроектировать и установить, но и качественно и своевременно обслуживать. Безусловно, не все жители могут быть готовы к увеличенным тарифам и дополнительным расходам, которые отражаются в квитанции.

Второй важный вопрос — это защита персональных данных. С учетом появления новых законодательных инициатив с одной стороны и развития технологий «умного дома» с другой все больше девелоперов говорят о необходимости стандартизации решений в сфере сбора, хранения и обмена персональными данными, чтобы законодательно ограничить доступ посторонних к информации и установить пределы ее распространения. ■

ПРОМЫШЛЕННОСТЬ И РИТЕЙЛ ВЫТЕСНЯЮТ E-COMMERCE

ИГРОКИ E-COMMERCE СНИЗИЛИ АКТИВНОСТЬ НА РЫНКЕ СКЛАДСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ РОССИИ, УСТУПИВ ЛИДЕРСТВО ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ КОМПАНИЯМ И РИТЕЙЛУ. ДЕНИС КОЖИН

Консалтинговая компания NF Group подвела предварительные итоги первого квартала 2025 года на рынке индустриальной и складской недвижимости. Исследование показало значительные изменения в структуре спроса.

По предварительным итогам первого квартала 2025 года показатель доли свободных площадей на рынке индустриальной и складской недвижимости продолжает расти. Вакантность в построенных объектах составляет 1% в Московском регионе (+0,9 п. п. к сентябрю 2024 года), 2,1% в Санкт-Петербурге и области (+1,6 п. п.) и 1,3% в регионах России (+0,9 п. п.). Одновременно сокращается объем фактически занятых арендаторами площадей, что приводит к росту предложения субаренды и увеличению «скрытой вакантности» — площадей, которые в ближайшее время будут освобождены или предложены под ротацию.

С учетом этих факторов общий объем доступных для аренды площадей достигает 2,7% в Московском регионе, 4,2% в Санкт-Петербурге и 2,8% в регионах России. Суммарный объем доступных для аренды качественных складских площадей в России, включая готовые к въезду объекты, субаренду, площади под будущее освобождение, а также строящиеся склады с анонсированным вводом в 2025 году, составляет 4 млн кв. м.

За первые три месяца 2025 года в России было законтрактовано 320 тыс. кв. м качественных складских площадей, из которых две трети пришлись на Московский регион. По итогам года ожидаемый объем сделок может составить 3,5 млн кв. м.

Структура спроса на складские площади значительно изменилась: производственные компании и ритейл суммарно заняли 80% от общего объема заключенных в стране с начала года сделок, тогда как доля e-commerce сократилась до 11%. В относительных значениях интернет-торговля занимала меньше лишь в четвертом квартале 2019 года, а в абсолютных объемах — в первом квартале 2019 года. На фоне снижения спроса и увеличения доли свободных площадей темпы роста арендных ставок замедлились.



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

В ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНОБЛАСТИ СТОИМОСТЬ АРЕНДЫ ГОТОВОГО СКЛАДСКОГО КОМПЛЕКСА ДОСТИГЛА 10 950 РУБЛЕЙ ЗА КВАДРАТНЫЙ МЕТР В ГОД, УВЕЛИЧИВШИСЬ НА 1,4%

На фоне снижения спроса и увеличения доли свободных площадей темпы роста арендных ставок замедлились. В Московском регионе средневзвешенная ставка аренды на готовые складские площади класса А составляет 12 160 рублей за квадратный метр в год (+1,3% с начала года). В Санкт-Петербурге и Ленинградской области показатель достиг 10 950 рублей за квадратный метр в год (+1,4%), в регионах России — 10 700 рублей за квадратный метр в год (+2,9%).

В 2025 году прогнозируется рекордный объем ввода складских площадей классов А и В — 7,7 млн кв. м. Из них более половины придется на регионы России. Из данного объема 32%, или 2,5 млн кв. м, в настоящее время не законтрактовано, а значит, доступно в аренду.

Константин Фомиченко, партнер NF Group, говорит: «В первой половине 2025 года рынок складской недвижимости, вероятно, останется в фазе умеренной активности, сосредоточившись на заполнении существующих и вновь появляющихся свободных площадей. Возможно, снижение ключевой ставки начнется во втором полугодии. Это может стать триггером для активизации рынка: компании и инвесторы начнут выводить средства с депозитов и направлять их в реальный бизнес». ■

РОССИЙСКИЕ БРЕНДЫ ЗАНИМАЮТ ПЛОЩАДИ

С МАРТА 2022 ГОДА ПО МАРТ 2025 ГОДА В ПЕТЕРБУРГЕ ОТКРЫЛОСЬ ОКОЛО 50 МАГАЗИНОВ НОВЫХ БРЕНДОВ, СРЕДИ НИХ — ФЭШН-ОПЕРАТОРЫ MAAG, DUB И IDOL, ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ BALABALA И ROYAL RABBIT, СПОРТИВНЫЕ DESPORT И LAMODA SPORT, ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА MADAME COCO, OOHM HOME. ИЗ ПОСЛЕДНИХ НОВЫХ БРЕНДОВ, КОТОРЫЕ ПОЯВИЛИСЬ В ТЦ ПЕТЕРБУРГА В ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ ЭТОГО ГОДА,— «ПЛАВАТЕЛЬНЫЙ.РФ», ZIMALETTO, FACECODE И ASKONA HOME. В 2025 ГОДУ В ГОРОДЕ ПЛАНИРУЕТСЯ ОТКРЫТИЕ ЕЩЕ ДЕСЯТИ МАГАЗИНОВ НОВЫХ БРЕНДОВ. ВИКТОРИЯ КРАСИКОВА

Такие данные приводятся в исследовании Nikoliers. По сведениям компании, российские бренды в Петербурге были более активны по сравнению с зарубежными: 60% открытий против 40% за три года. В основном новые ритейлеры запускались в крупных ТЦ города: в «Галерее», «Невском центре», «Европолисе», «Охта Молл», «Сити Молл», «Мега Дыбенко», «Мега Парнас» и «Лето». По оценке Nikoliers, сейчас в этих ТЦ доля российских брендов в семи категориях (фэшн, товары для детей, товары для спорта, товары для дома, бытовая техника и электроника, косметика и парфюмерия, товары для хобби и творчества) составляет около 65% от общего количества.

Вместе с тем из-за дефицита качественных площадей новые бренды стали выходить на рынок реже. Реализация крупных проектов может стать дополнительным стимулом для их развития. Так, в 2025 году в Петербурге ожидается рекордно высокий ввод качественных торговых площадей — 136 тыс. кв. м. Среди заявленных к открытию проектов один региональный — МФТРК Hollywood, три окружных — «Парк Молл» с поэтапным открытием, «Небо» и ТЦ в Новогорелово, а также один районный — ТЦ в ЖК «Солнечный город». В последующие три года появление новых ТЦ в Петербурге станет более сдержанным: примерно два-три районных объекта в год. Фокус девелоперов смещается в сторону небольших форматов ТЦ.

В условиях низкой вакантности в торговых центрах (3,3% — по итогам первого квартала 2025 года и 3,7% — по прогнозу до конца года) и растущей конкуренции с онлайн-торговлей большинство отечественных ритейлеров уже сегодня сосредоточены на актуализации существующих точек и улучшении клиентского опыта. Компании активно инвестируют в обновление магазинов, создание флагманских мест и тестирование новых форматов.

Среди успешных примеров — первый в Санкт-Петербурге магазин Askona Home с капсульными решениями для оформления дома в ТРК «Питер Радуга». Это зоны с готовыми вариантами дизайна различных помещений, все товары из которых можно приобрести в одном месте. Также на улице Новгородской, 23, провели реконцепцию «СуперЛенты»: теперь это арт-магазин с новым ярким дизайном, отличающимся от классических цветов сети.

«Многофункциональность торговых центров становится ключевым трендом на ближайшие годы. В рамках обновления в объектах будет все больше появляться зон для развлечений, спорта, велнес-зон и коворкингов. Также в составе ТЦ увеличится количество общественных пространств и появятся новые точки притяжения в виде фуд-холлов и зон с ресторанами, арт-пространств и др. Таким образом, обновленные ТЦ станут местом не только для покупок, но и для комфортного досуга и работы»,— отметила Ирина Царькова, генеральный директор петербургского офиса Nikoliers. ■

ROYAL N

karaoke club & lou


ROYAL NEVA
St. Petersburg
EVA
nge bar
Санкт-Петербург
Конюшенная пл, 2Г
+7 931 331 99 44
РЕКЛАМА. 18+

ПЕРВИЧНЫЙ И ВТОРИЧНЫЙ РЫНКИ РАЗОШЛИСЬ В ЦЕНАХ

В ПЕТЕРБУРГЕ ЗА ПЯТЬ ЛЕТ РАЗРЫВ ЦЕН НА РЫНКАХ ПЕРВИЧНОЙ И ВТОРИЧНОЙ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ УВЕЛИЧИЛСЯ БОЛЕЕ ЧЕМ В ШЕСТЬ РАЗ: С 5% В 2020 ГОДУ ДО 32% В 2024 ГОДУ. ДРАЙВЕРАМИ ПОВЫШЕНИЯ ЦЕН НА НОВОСТРОЙКИ СТАЛИ ЗАПУСК ИПОТЕЧНЫХ ПРОГРАММ С ГОСПОДДЕРЖКОЙ И УВЕЛИЧЕНИЕ ДОЛИ КВАРТИР ПРЕМИАЛЬНЫХ СЕГМЕНТОВ В ОБЩЕЙ СТРУКТУРЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Такие данные приводит компания Nikoliers. По прогнозам ее аналитиков, до конца 2025 года разница между средними ценами предложения в сегментах сохранится на том же уровне. К концу 2024 года средняя цена предложения на первичном рынке за пять лет выросла на 77%: со 167 тыс. рублей в 2020 году до 296 тыс. рублей в 2024 году. Основной причиной столь стремительного роста стал запуск льготных ипотечных программ, стимулировавших спрос на новостройки. В то же время цены на вторичное жилье из-за отсутствия аналогичных мер поддержки демонстрировали более сдержанный рост и увеличились на 41%: со 158 тыс. рублей в 2020 году до 224 тыс. в 2024-м. «По нашим прогнозам, разница между ценами на первичном и вторичном рынках сохранится на уровне около 32% до конца 2025 года»,— говорят в Nikoliers.

Дополнительным драйвером роста средней цены первичной недвижимости стало увеличение доли премиальных сегментов (бизнес и премиум) в структуре предложения. Их объем достиг 35% (607 тыс. кв. м) от общего объема квадратных метров в экспозиции, что на 3 п. п. выше показателя 2020 года (32%). Разрыв цен между первичной и вторичной недвижимости также во многом обусловлен активным применением программ длительной рассрочки. При рассрочке темп наполнения эскроу-счета снижается, и застройщики вынуждены включать в стоимость квартиры дополнительные затраты за обслуживание банковского кредита.

«Рост средних цен первичной недвижимости по итогам 2025 года составит около 10%, застройщики все еще будут иметь мощные рычаги продаж: семейную ипотеку и рассрочку. Средние цены на вторичном рынке за год могут вырасти на 5%, поскольку для участников сделки основным способом приобретения остается единовременная оплата. Если говорить о разнице между ценами на первичное и вторичное жилье, то в среднесрочной перспективе разрыв может уменьшиться до 15–20%. Это связано с некоторыми факторами: с увеличением доли новых домов в структуре вторичного предложения, снижением ключевой ставки, сокращением удорожания по программам рассрочки на первичном рынке и возвращением приемлемых ставок ипотеки на вторичном»,— отметила Ольга Рянкель, руководитель направления исследований жилой недвижимости Nikoliers.



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

В СРЕДНЕСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ РАЗРЫВ МЕЖДУ ЦЕНАМИ НА ПЕРВИЧНОЕ И ВТОРИЧНОЕ ЖИЛЬЕ МОЖЕТ УМЕНЬШИТЬСЯ ДО 15–20%

ДИНАМИКА СРЕДНЕВЗВЕШЕННЫХ ЦЕН ПЕРВИЧНОГО И ВТОРИЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ПЕТЕРБУРГА, 2020–2024 ГОДЫ

ГОД	ПЕРВИЧНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ, ТЫС. РУБ./КВ. М	ВТОРИЧНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ, ТЫС. РУБ./КВ. М	РАЗНИЦА ЦЕН ПЕРВИЧНОЙ И ВТОРИЧНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ, %
2020	167	158	5
2021	212	198	7
2022	253	209	21
2023	269	215	25
2024	296	224	32

ИСТОЧНИК: NIKOLIERS

Что касается динамики сделок, то спрос на первичном рынке более чувствителен к изменению ключевой ставки и ипотечных условий, чем спрос вторичного рынка. На первичном рынке количество сделок в первом полугодии 2024 года превысило результаты аналогичного периода 2023 года на 30%: с 19,3 до 25,1 тыс. ДДУ. Это было вызвано массовым спросом перед окончанием льготной программы ипотеки (под 8% годовых). Во втором полугодии количество ДДУ снизилось на 43% (с 32,7 до 18,7 тыс. ДДУ к сопоставимому периоду 2023 года). При этом на вторичном рынке динамика год к году более ровная: –17% (с 51,4 до 42,6 тыс. сделок) в первом полугодии и –20% (с 64,4 до 51,2 тыс. ДДУ) вот втором.

Согласно актуальному прогнозу Банка России, ключевая ставка в 2025 году останется на высоком уровне — в диапазоне 19–22% годовых, что сохранит динамику спроса рынка жилой недвижимости на уровне второго полугодия 2024 года. ■

ПРЕМИАЛЬНЫЙ РЕКОРД

СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ ЛОТА НА ПЕРВИЧНОМ РЫНКЕ ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ВПЕРВЫЕ В ИСТОРИИ ПРЕВЫСИЛА 100 МЛН РУБЛЕЙ. ИРИНА КУТОВАЯ

Аналитики консалтинговой компании NF Group подвели итоги первого квартала 2025 года на первичном рынке элитной жилой недвижимости Санкт-Петербурга. Впервые за историю наблюдений средняя стоимость лота достигла 103 млн рублей, прибавив 21% за год. Средневзвешенная цена составила 849 тыс. рублей за квадратный метр, увеличившись на 7% за квартал и 32% за год. На фоне отсутствия нового предложения уже три квартала подряд объем экспозиции сократился до 67 тыс. кв. м (530 лотов), что на 29% меньше по площади, чем год назад.

По итогам первого квартала 2025 года объем предложения на первичном рынке элитной жилой недвижимости Санкт-Петербурга составил 67 тыс. кв. м, или 530 квартир и апартаментов. За квартал показатель снизился на 9% по площади и на 11% по количеству лотов, за год — на 29 и 23% соответственно. Основная причина сокращения объема экспозиции — отсутствие нового предложения на протяжении последних трех кварталов: последний раз рынок пополнялся новыми жилыми комплексами во втором квартале 2024 года. Средняя площадь лота в экспозиции за квартал увеличилась на 2 кв. м и составила 127 кв. м.

По итогам марта 2025 года средневзвешенная цена предложения на первичном рынке элитной жилой недвижимости составила 849 тыс. рублей за квадратный метр, увеличившись на 7% за квартал и на 32% за год. Росту показателя способствовало как вымывание с рынка наиболее доступного по цене предложения, так и удорожание представленных на рынке лотов. В трех комплексах прирост средней цены превысил 10% за квартал: Del Arte, «17/33 Петровский остров» (секции Residence) и Meltzer Hall.

Вместе с увеличением цены выросла и средняя стоимость лота в экспозиции, достигнув по итогам первого квартала 2025 года отметки в 103 млн рублей. За год показатель увеличился на 21%.

На фоне сокращения доступного к покупке предложения элитного жилья в первом квартале 2025 года наблюдалось снижение покупательской активности: так, с января по март было реализовано 95 квартир и апартаментов общей площадью 10,3 тыс. кв. м, что на 26% по количеству и на 41% по площади сделок меньше показателя аналогичного периода 2024 года. Средний бюджет сделки в первом квартале 2025 года составил 73 млн рублей.

Алия Ханбекова, директор департамента элитной недвижимости NF Group в Санкт-Петербурге, говорит: «Несмотря на стремительный рост цены на элитное жилье в Санкт-Петербурге, зафиксированный в 2024 году (+26% за год), в начале 2025 года мы вновь наблюдаем значительный прирост показателя (+7% за квартал). В настоящее время первичный рынок характеризуется как дефицитный: это отражается не только в росте цены, но и в сокращении числа сделок. Количество запросов со стороны покупателей растет, в то время как выбор на рынке снижается. Ключевой фактор, от которого будет зависеть дальнейшее развитие ситуации в сегменте,— это выход в продажу новых объектов». ■

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

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
Валерий Грибанов — выпускающий редактор
Марина Шевченко — корректор
Мария Громова — верстка
Мария Кузнецова — отдел спецпроектов
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

реклама 16+

Коммерсантъ
В лучших местах Петербурга

РЕСТОРАНЫ

Бар-ресторан «География»	Рубинштейна ул., 5
«Вкусно/Дорого»	Жуковского ул., 19
«Кремль»	Выборгская наб., 55 (БЦ Gregory's Palace)
«Метаморфоз»	Литейный пр., 5/19
«Молодой Голландец»	Конногвардейский б-р, 30
Ресторан-гостиная «Штакеншнейдер»	Миллионная ул., 10
Ресторан русской кухни Siberika	Лейтенанта Шмидта наб., 43
Ресторан «Сыроварня»	Ковенский пер., 5
«Таверна Гролле»	Большой пр. В. О., 20
«Шаляпин»	Тверская ул., 12/15
Cafe Claret	Марата ул., 11
Il Lago dei Cigni	Крестовский пр., 21, лит. Б
Le Vernissage	Римского-Корсакова пр., 5–7
Marius	Марата ул., 11
SETTLERS	Наличная ул., 24/1 А

КАФЕ

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

ГОСТИНИЦЫ

Апарт-отель WELL	Измайловский б-р, 1, к. 2, стр. 1
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 «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 «Особняк Юргенса»	Жуковского ул., 19
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 Республики Индия 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

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**