4 → ЗА РАМКИ ПОДЪЕЗДА Современные МОПы выходят за рамки стандартных подъездов. Это больше общественные гостиные, где жильцы встречают гостей, общаются с соседями, проводят собрания, лекции.

«За последние три года наблюдается тенденция к увеличению площади МОПов, что связано с ростом спроса на многофункциональные пространства и повышением требований к комфорту. В комфорт-классе площадь входных групп увеличилась более чем на 10%. В бизнес-классе и элитном сегменте прирост стремится к 30%. Около 10% общей площади ЖК теперь отводится под полезную инфраструктуру: колясочные, коворкинги, переговорные, детские комнаты»,— рассказывает Татьяна Хлебалина, заместитель коммерческого директора по управлению объектами жилой недвижимости Asterus.

Александр Шнурко, операционный директор ООО «Монзе» полагает, что один из устойчивых трендов 2025 года, который будет развиваться и в 2026-м,— обустройство полноценной детской зоны в новых ЖК. «Это больше не маленький уголок, оформленный „для галочки“, а настоящая игровая»,— отмечает эксперт.

По его словам, девелоперы и дизайнеры экспериментируют с интерьерами, используя необычные материалы и покрытия, например, металлизированные краски. Они интересно смотрятся на изогнутых поверхностях. Таким образом, создается эффект мебели из гнутого металла, но выполнена она из недорогих материалов вроде МДФ.

«Встречались в последний год и примеры, когда в доме комфорт-класса в холле первого этажа создавали имитацию зимнего сада за стеклянными перегородками. Это решение не просто придает элегантность интерьеру, но и визуально приближает его к премиальному классу»,— рассказывает господин Шнурко.

Все больше проектов, где лобби обустроено как небольшая домашняя библиотека с мягкой мебелью, книжными полками и стеллажами, теплым светом. Интересное решение — создать в лобби, помимо ресепшен и мест для отдыха, мини-кофейню или гостиную, говорит эксперт.

Ирина Кошечка, генеральный директор архитектурной мастерской «Миронов и партнеры», обращает внимание, что прослеживается тенденция к МОПам в светлых тонах, поскольку такое сочетание цветов делает их визуально приятными. «Это относится только к проектам, в которых квартиры продаются преимущественно с отделкой от застройщика. Иначе такие МОПы, особенно на первом этаже, быстро приходят в негодность»,— рассуждает она.



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

ДЕВЕЛОПЕРЫ И ДИЗАЙНЕРЫ ЭКСПЕРИМЕНТИРУЮТ С ИНТЕРЬЕРАМИ, ИСПОЛЬЗУЯ НЕОБЫЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ПОКРЫТИЯ, НАПРИМЕР, МЕТАЛЛИЗИРОВАННЫЕ КРАСКИ

Также все чаще застройщики добавляют интересные детали, «фишки» в организации мест общего пользования, рассказала эксперт. Например, интересное оформление навигации, индивидуальная отделка информационных стендов.

«Делается это для выделения жилого комплекса из общей массы новостроек — с расчетом на то, что объект станет более запоминающимся. А потенциальные покупатели по таким „фишкам“ смогли бы легко вспомнить нужный лот при принятии решения о приобретении квартиры. В целом, поскольку сейчас МОПы разрабатываются под каждый проект индивидуально, качество их проработки влияет на общее впечатление потенциального покупателя»,— полагает госпожа Кошечка.

НАСМОТРЕННОСТЬ РАСТЕТ МЕДЛЕННО Мария Иванова-Сорокина, соучредитель проектно-строительной компании FULLHOUSEDESIGN, добавляет, что сейчас в оформлении лобби часто используют предметы искусства, причем не просто авторские работы, а произведения звезд мировой величины. «Жильцы дома об этом знают и этим гордятся. Используют также красивую авторскую мебель, редкий натуральный камень в отделке, интересные лестницы, инсталляции и люстры ручной работы, а также панно и витражи. У каждого дома есть свое мифотворчество. Но это больше про Москву, а не про Петербург»,— замечает она.

В Петербурге в элитном сегменте, по ее словам, работают несколько девелоперов со своим представлением о прекрасном, которое транслируется из проекта в проект. «Нет ничего нового и свежего. Многое из того, что строится у нас, по московским меркам вообще не элитка»,— категорична эксперт. Она констатирует, что насмотренность и искушенность покупателя растут очень медленно.

«Тем не менее тренд есть, и это заставляет девелоперов тратить деньги не только на фасады, но и на отделку МОПов. Правда, иностранных звезд застройщики больше не приглашают, да и отечественным крупным мастерам не всегда готовы делать заказы. Многие девелоперы предпочитают в целях экономии создавать свои дизайнерские группы из не самых опытных людей. Поэтому с дизайном МОПов у нас пока все не очень»,— делится госпожа Иванова-Сорокина.

По ее мнению, достойны внимания сегодня только два проекта: «У группы RBI в ЖК „Коллекционер“ будет пинакотека — место для хранения произведений живописи. В анфиладе этого дома создано такое пространство с картинами Латифа Казбекова и скульптурами Виктора Грачева. Это что-то новое. Также в доме будет оригинальный закрытый двор в стиле испанского патио с пейзажным садом и арт-коворкингом. Интересна и концепция гранд-лобби нового ЖК „Ассамблея“ от ПСК. Высота потолков там достигнет 7,7 м. В лобби везде натуральный камень, мягкая мебель и дизайнерское освещение. Есть внутренний клубный сад с дизайнерскими скамейками, коворкинг и библиотека. А больше всего мне нравится концепция МОПов в ЖК Diadema Club House на Крестовском. Проекту уже лет десять. Там создан дивный закрытый зимний сад в застекленном атриуме. Это очень актуально для нашего климата».

Вообще, отмечает госпожа Иванова-Сорокина, тема зимних садов в современных ЖК не раскрыта, но вписана в культурный код города. «В лучших дворянских домах XIX века делали такие сады, где все было увито орхидеями, лианами и летали какаду. Поскольку мы лишены зелени восемь месяцев в году, такие пространства лечат душу»,— считает она.

СКОРОСТЬ ПРОДАЖ Госпожа Хлебалина уверена, что повышенная комфортность плодотворно влияет и на продажи. Грамотное оформление МОПов ускоряет продажи за счет эмоционального воздействия от функциональности обустроенного пространства. «Исследования показывают, что продуманные детали — от отделки до зон отдыха — создают ощущение заботы о жителях, что существенно влияет на решение о покупке»,— подчеркивает она.

Госпожа Иванова-Сорокина согласна с тем, что грамотно оформленные МОПы влияют на скорость продаж. «Знакомые брокеры даже рекомендуют инвесторам, которые входят в проект на старте, брать квартиру именно в гранд-лобби. Во-первых, квартиры при входе дороже стоят, во-вторых, ощущение вау-эффекта от окружающей обстановки существенно повышает желание интересантов купить жилье, а значит, и его ликвидность»,— указывает она.

«Красивые, продуманные МОПы реально ускоряют продажи — они создают то самое ощущение качества жизни, которое нельзя измерить только количеством квадратных метров и которое сегодня становится главным фактором выбора жилья»,— согласна с коллегами госпожа Туркина. ■

ПРАЗДНИК, ДЛЯЩИЙСЯ 120 ЛЕТ

ПОСЛЕ РЕНОВАЦИИ ДЛЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ВНОВЬ ОТКРЫЛСЯ РЕСТОРАН «ЕВРОПА», РАСПОЛОЖЕННЫЙ В ОДНОИМЕННОМ ИСТОРИЧЕСКОМ ГРАНД-ОТЕЛЕ В ЦЕНТРЕ ПЕТЕРБУРГА. ИРИНА РОМАНОВА

В нынешнем году он отмечает 120-летний юбилей. Его интерьер, созданный в 1905 году по проекту архитектора Карла Маккензена, является признанным памятником петербургского модерна. Текущие работы стали первым масштабным обновлением с начала 1990-х годов.

В декабре и январе в рамках праздничной программы ресторан возобновляет традиционные бранчи с музыкальным сопровождением. В эти дни (28 декабря, 1 и 7 января) в меню будут представлены икра, морепродукты, горячие блюда и десерты от шеф-кондитера. Также запланированы тематические ужины-концерты (27 декабря, 2 и 6 января), в программу которых включены фрагменты из балета Чайковского «Щелкунчик». Во время мероприятия сервируется ужин по меню из пяти курсов.

Особой программой будет отмечен канун Нового года. Так, 31 декабря состоится гала-ужин, а на фоне ресторана развернется мюзикл, навеянный фильмом Вуди Аллена «Полночь в Париже». 120-летняя история оживет в сценах, вдохновленных балами XIX века, джазовыми вечеринками начала XX столетия и эстрадой советской эпохи. ■



ОТЕЛЬ «ЕВРОПА»

В ДЕКАБРЕ И ЯНВАРЕ В РАМКАХ ПРАЗДНИЧНОЙ ПРОГРАММЫ РЕСТОРАН ВОЗОБНОВЛЯЕТ ТРАДИЦИОННЫЕ БРАНЧИ С МУЗЫКАЛЬНЫМ СОПРОВОЖДЕНИЕМ

РЕСТОРАНЫ