ПАЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИИ ВЫШЛИ
НА РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ / 3
ОБЩЕЕ НАСТУПАЕТ НА ЛИЧНОЕ / 4
УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ
БЕЗ ОТРЫВА ОТ ПРОИЗВОДСТВА / 8

ЛИДЕРЫ БИЗНЕСА



Пятница, 26 декабря 2025
Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» **№47**

Коммерсантъ

Guide

ПАРТНЕР ВЫПУСКА

ECOOKNA GROUP

РЕКЛАМА

RBI

Каждый дом RBI — коллекционное произведение искусства. Здесь продумана каждая деталь, каждый штрих.



МИРЪ | Твоя вселенная у Невского проспекта
Дом сдан. Последние квартиры.

РЕПИН



Территория перезагрузки
и тишины у Финского залива

СТРУНЫ



Новая мелодия жизни
на улице Шостаковича

ПЕРЕДВИЖНИКИ



Дом у Варшавского вокзала,
где прошлое встречает будущее

ВИЗИОНЕР



Дом, опережающий время,
на Петроградской стороне

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

329 79 79 RBI.RU

РЕКЛАМА. ДОМ «МИРЪ». АДРЕС: МИРГОРОДСКАЯ УЛ., 1, ЛИТ. А. ООО «СЗ «ИЗМАЙЛОВСКИЙ». ДОМ «ВИЗИОНЕР». АДРЕС: СРЕДНЯЯ КОЛТОВСКАЯ УЛ., 9-11. ООО «СЗ «ЭР-БИ-АЙ-ВОСТОК». ДОМ «СТРУНЫ». АДРЕС: УЛ. ШОСТАКОВИЧА, 1. ООО «СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК «ЭР-БИ-АЙ - СЕВЕР» «ПЕРЕДВИЖНИКИ». АДРЕС: НАБЕРЕЖНАЯ ОБВОДНОГО КАНАЛА. ЗАСТРОЙЩИК: ООО «СЗ «ИЗМАЙЛОВСКИЙ». САНАТОРНО-КУРОРТНЫЙ КОМПЛЕКС «РЕПИН». АДРЕС: ПРИМОРСКОЕ ШОССЕ, 441. ООО «СЗ «КУРОРТНЫЙ». ПРОЕКТНЫЕ ДЕКЛАРАЦИИ НА САЙТЕ НАШ.ДОМ.РФ



МАРИЯ КУЗНЕЦОВА,
РЕДАКТОР GUIDE
«ЛИДЕРЫ БИЗНЕСА»

ГОД ОСТОРОЖНЫХ ДЕНЕГ

За прошедший год российский рынок частных инвестиций сильно изменился. Произошел системный сдвиг в приоритетах: на первый план вышло не стремление к высокой доходности, а желание сохранить капитал. Многие инвесторы перешли от рискованных стратегий к концентрации на понятных и предсказуемых активах внутри страны. Сегодня обеспеченные клиенты часто приобретают не просто актив, а готовое решение «под ключ», включающее в себя профессиональное управление и качественный сервис.

Эксперты выделяют несколько четких трендов. В условиях нестабильности инвесторы выбирают ликвидные инструменты с прозрачной доходностью, что составляет основу консервативного портфеля. Параллельно сохраняется интерес к элитной недвижимости, которая остается «тихой гаванью» даже на остывающем рынке.

Особенно показателен значительный рост популярности закрытых паевых фондов (ЗПИФ). Это больше, чем мода,— это переход от философии «владеть квадратными метрами» к философии «владеть денежным потоком». Кроме того, в этом году наблюдался рост объемов на депозитах, что свидетельствует о том, что капитал действительно находится в режиме сохранения.

Отдельная тема — рост требований к сервису. Состоятельный инвестор сегодня ждет не просто совета, а комплексного управления капиталом. В этот пакет входят стратегическое планирование, налоговое структурирование, юридическое сопровождение, а иногда и элементы персонального lifestyle-менеджмента.

Что касается прогнозов на 2026 год, то все по-прежнему зависит от двух ключевых переменных: траектории ключевой ставки и геополитической картины. Скорее всего, продолжится движение капитала в сторону управляемых реальных активов и долговых инструментов. Роль ЗПИФов как основного инструмента для работы с недвижимостью будет только усиливаться, предсказывают эксперты. В этой новой реальности выиграют те управляющие компании, которые предложат клиентам не набор продуктов, а целостную, технологичную и абсолютно прозрачную модель управления капиталом.

ПАЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИИ ВЫШЛИ НА РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ

РЫНОК ИНВЕСТИЦИЙ В КОММЕРЧЕСКУЮ НЕДВИЖИМОСТЬ РОССИИ В 2025 ГОДУ КАРДИНАЛЬНО ПЕРЕСТРОИЛСЯ. НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ СФОРМИРОВАНА ДВУМЯ ОСНОВНЫМИ ФАКТОРАМИ: ВЫСОКОЙ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКОЙ ЦБ И СТРЕМИТЕЛЬНЫМ УСИЛЕНИЕМ РОЛИ ФОНДОВ КОЛЛЕКТИВНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ (ЗПИФ). ОБЪЕМ АКТИВОВ ПОД УПРАВЛЕНИЕМ ЗПИФ НЕДВИЖИМОСТИ ПОКАЗЫВАЕТ РЕКОРДНЫЙ РОСТ: ПО ДАННЫМ AKTIVO, С 360 МЛРД РУБЛЕЙ В КОНЦЕ 2023 ГОДА ОН ДОЛЖЕН ПРЕОДОЛЕТЬ ОТМЕТКУ В 600 МЛРД РУБЛЕЙ К КОНЦУ 2025-ГО, ЧТО ОЗНАЧАЕТ ПОЧТИ УДВОЕНИЕ ЗА ДВА ГОДА. РОМАН РУСАКОВ

Структура инвестиций фондов резко сместилась в сторону логистики. На складскую недвижимость в 2025 году пришлось около 80% всех активов ЗПИФ, подсчитал сооснователь AKTIVO Михаил Костромин. Этот сегмент остается самым «разогретым» благодаря успешным историческим сделкам: объекты, приобретенные в 2021–2022 годах по 30–40 тыс. рублей за квадратный метр, сегодня приносят арендный доход по ставкам, выросшим за период 2021–2024 годов в три раза: с 4 до 12 тыс. рублей. «Дополнительный драйвер — договоры аренды, заключенные в докризисный период. Их поэтапное переподписание в ближайшие годы позволит новым покупателям зафиксировать значительный рост доходности (cap rate) уже приобретенных активов»,— говорит господин Костромин.

Директор департамента инвестиций и рынков капитала компании Bright Rich I CORFAC International Екатерина Андреева подтверждает, что в основном ЗПИФН предпочитают инвестировать в складской сегмент, тогда как сделки с офисными и торговыми объектами встречаются реже. «Логистические объекты обеспечивают владельцу прогнозируемый денежный поток за счет долгосрочных контрактов с арендаторами, что делает их устойчивыми даже в кризисные периоды»,— указывает она.

Параллельно ритейл, особенно региональный, переживает кризис доверия со стороны инвесторов, добавляет господин Костромин. Отсутствие роста офлайн-продаж и давление электронной коммерции блокируют рост арендных ставок, делая сегмент наименее привлекательным для широкого круга вкладчиков. Сделки здесь носят точечный характер и совершаются в основном профильными экспертами, находящими недооцененные активы.

«Важным трендом года, влияющим на все сегменты, стало повышение фискальной нагрузки. Рост кадастровой стоимости и увеличение максимальной ставки налога на имущество для регионов до 2,5% стали существенной новой статьей расходов для собственников, что будет сказываться на чистой доходности активов в ближайшие годы»,— полагает господин Костромин.

На смену тренду 2023–2024 годов, когда до 30–40% крупных сделок было связано с выходом иностранных владельцев из российских активов, пришла новая фаза, замечает эксперт. Отдельные сделки с иностранным капиталом еще происходят, но основным источником инвестиций стали внутренние средства, зарабатываемые и реинвестируемые внутри страны.



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

ЗАКРЫТЫЕ ПАЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ В ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ СТАЛИ ЗАМЕТНО АКТИВНЕЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

СМЕНА ФОРМАТА Руководитель проектов департамента финансовых рынков и инвестиций NF Group в Санкт-Петербурге Сергей Дуванов считает, что инвестировать в недвижимость в 2026 году при текущем уровне ставок и цен по-прежнему имеет смысл, однако за последние годы существенно изменился сам формат таких вложений. «В текущих условиях при бюджете до 10 млн рублей наибольший интерес представляют коллективные инвестиционные инструменты — паевые фонды недвижимости, а также приобретение долей в проектах коммерческой недвижимости, в том числе в гостиничных форматах, где инвестор покупает номер или юнит и сразу передает его в управление профессиональной УК»,— говорит он.

Одним из ключевых преимуществ коллективных инвестиций и долей в коммерческой недвижимости остается их более высокая ликвидность по сравнению с квартирами и классическими помещениями. Инвестор может относительно быстро выйти из проекта или, наоборот, увеличить свою долю, что делает такие инструменты более гибкими, особенно в условиях нисходящего рынка. Для сравнения, жилая недвижимость в среднем приносит 5–7% годовых от аренды и остается в большей степени защитным активом, считает господин Дуванов.

Более высокая доходность в жилом сегменте возможна, но связана с существенно большими бюджетами и рисками — прежде всего в стратегиях флиппинга. «В Москве и Санкт-Петербурге такие проекты, как правило, начинаются от 10 млн рублей. В коммерческой недвижимости порог входа еще выше — от 20 млн рублей, при этом более дешевые предложения часто связаны с неликвидными активами или сложной юридической структурой. В результате для инвесторов, не готовых активно вовлекаться в управление объектами, круг доступных инструментов с низким уровнем риска остается ограниченным. Именно поэтому в 2026 году коллективные формы инвестирования в недвижимость остаются одним из наиболее понятных и доступных способов работы с этим классом активов при умеренной доходности»,— объясняет он.

Кирилл Сиволобов, основатель Bau City Development, соглашается с коллегами и говорит, что закрытые паевые инвестиционные фонды в последние годы действительно стали заметно активнее использоваться при реализации проектов в сфере коммерческой недвижимости. «ЗПИФы позволяют объединять средства нескольких инвесторов, распределять риски и прибыль, что особенно востребовано в сегментах доходных апартаментов, офисной, торговой и складской недвижимости»,— перечисляет он.

Эксперт добавляет, что к ключевым преимуществам ЗПИФов относится налоговая эффективность: на законных основаниях налог на прибыль остается в обороте и уплачивается только при погашении паев или их продаже. «Кроме того, ЗПИФ дает возможность аккумулировать крупный капитал под конкретный проект, например, для приобретения земельного участка, а также обеспечивает гибкость в управлении активом»,— рассуждает господин Сиволобов.

По его словам, в Санкт-Петербурге через ЗПИФы сегодня реализуется значительное количество проектов коммерческой недвижимости, и их доля будет расти. В условиях высокой стоимости заемного капитала и ограниченного доступа к классическому проектному финансированию роль этого инструмента, вероятно, будет постепенно усиливаться, особенно в инвестиционно-ориентированных проектах. → 4

3 → ГИБКИЙ ИНСТРУМЕНТ Антон Орлов, директор отдела земельного развития и инвестиционных проектов Nikoliers, полагает, что рост роли закрытых паевых инвестиционных фондов в коммерческой недвижимости во многом объясняется их гибкостью как инвестиционного и юридического инструмента.

«ЗПИФы позволяют эффективно структурировать активы, а также привлекать широкий круг инвесторов без необходимости прямого владения объектом. За счет паевой модели инвестор может зайти в качественный проект коммерческой недвижимости класса А с относительно небольшим чеком (эквивалентом стоимости одного пая) и получать доход как от арендного потока, так и от роста капитализации актива. На фоне высокой стоимости прямых сделок с коммерческой недвижимостью этот формат становится все более востребованным»,— объясняет он.

Кроме того, ЗПИФы удобны для девелоперов и собственников как инструмент коллективного финансирования и управления рисками, особенно в крупных и капиталоемких проектах.

Госпожа Андреева говорит, что закрытый паевой фонд недвижимости (ЗПИФН) позволяет оптимизировать налоговую нагрузку. «Весь чистый операционный доход аккумулируется внутри фонда без налогообложения, так как фонд не является юридическим лицом. К тому же налоговые обязательства инвестора возникают лишь в тот момент, когда он перестает быть владельцем паев»,— объясняет она.

Кроме того, ЗПИФН является более гибким инструментом с точки зрения структуры владения. Он позволяет объединить разные типы недвижимости и управлять портфелем недвижимости как единым активом.

«Для инвесторов ЗПИФН является понятным инструментом. В фондах недвижимости есть четкое распределение ролей между инвестором, девелоперов и управляющей компанией, понятная модель входа и выхода. Этот инструмент позволяет инвесторам получать регулярный пассивный доход без участия в управлении»,— отмечает госпожа Андреева.

Управляющие компании ЗПИФН регулярно публикуют информацию о составе активов и публикуют финансовую отчетность, что повышает к ним доверие инвесторов. При этом пайщики фонда не раскрываются публично, что позволяет сохранить конфиденциальность.

ПЕРЕЛОМНЫЙ МОМЕНТ Исполнительный директор девелоперской компании Glincom Иван Татаринов и вовсе считает, что рынок коммерческой недвижимости переживает переломный момент: ставки аренды остаются высокими, качественных площадей мало, а девелоперы не всегда готовы нести весь риск, держа объект на балансе. «ЗПИФ, по сути, становится юридической и финансовой оболочкой, через которую можно быстро структурировать проект, привлечь инвесторов, разгрузить баланс компании и при этом сохранить контроль над активом. Инвесторы приобретают долю в понятном объекте: бизнес-центре, складском комплексе, гибридном объекте смешанного назначения. А девелопер получает капитал без жестких банковских рамок»,— говорит он.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ИНВЕСТИРОВАТЬ В НЕДВИЖИМОСТЬ В 2026 ГОДУ ПРИ ТЕКУЩЕМ УРОВНЕ СТАВОК И ЦЕН ПО-ПРЕЖНЕМУ ИМЕЕТ СМЫСЛ, ОДНАКО ЗА ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ СУЩЕСТВЕННО ИЗМЕНИЛСЯ САМ ФОРМАТ ТАКИХ ВЛОЖЕНИЙ

Господин Татаринов отмечает, что порог входа является очень низким и может составлять несколько тысяч рублей, что делает ЗПИФы привлекательными для некрупных игроков. Данный инструмент дает гибкость владения и инвестирования: объект держится на балансе фонда, а не девелопера. Пайщики легко могут реализовать свои паи онлайн, многие фонды торгуются на бирже.

«Управляющая компания берет на себя все операционные вопросы, а девелопер может фокусироваться на самом проекте. Для крупных частных и институциональных инвесторов это еще и удобный формат входа: прозрачный, регулируемый, с контролируемыми рисками»,— рассуждает эксперт.

Но есть и недостатки: законодательная архитектура ЗПИФов довольно жесткая, управление активами строго регламентировано. Кроме того, управление требует грамотной УК и аккуратной структуры, иначе репутационные и юридические риски могут моментально перекрыть финансовые преимущества.

Также, считает господин Татаринов, стоит отметить слабый контроль инвестора над объектом: у инвестора нет возможности определять, кто будет арендатором, какой будет арендная ставка, когда продавать недвижимость и продавать ли ее. «Пайщик — пассивный инвестор, который никаким образом не имеет прямого отношения к управлению»,— добавляет он.

И еще важный момент, который инвесторам стоит иметь в виду, подчеркивает господин Татаринов: ЗПИФ хорош, когда модель дохода прозрачная и понятная. «В коммерческой недвижимости это арендный поток или доход от последующей продажи. В более сложных моделях работать труднее»,— поясняет он.

Кроме того, добавляет госпожа Андреева, паи в ЗПИФН нельзя свободно продать на рынке в любой момент, что делает их менее привлекательным для инвесторов с коротким горизонтом планирования. «Важным фактором также является профессионализм управляющей компании. Ошибки УК могут привести к снижению доходности инвестора. Кроме того, на прибыль влияет необходимость выплачивать УК вознаграждение»,— говорит она.

БЕЗ ЖИЛЬЯ Стоит отметить, что в жилой недвижимости подобная схема применяется значительно реже. Этот сегмент остается более консервативным и жестко регулируемым, в частности, за счет действия 214-ФЗ. Кроме того, жилье традиционно не воспринимается рынком как высокодоходный арендный актив: большинство покупателей ориентировано на полное физическое владение объектом, а не долей в нем. «Тем не менее элементы инвестиционных моделей начинают появляться и в жилом сегменте, прежде всего при работе с квалифицированными инвесторами на ранних стадиях проектов, до старта продаж, что уже можно наблюдать на отдельных кейсах петербургского рынка. К примеру, в ЖК „Евгеньевский“ от девелопера Formula City, для которого компания Nikoliers разработала концепцию ритейл-стратегии»,— рассказал господин Орлов.

По словам госпожи Андреевой, ЗПИФН в основном ориентированы на готовые объекты (офисы, склады, торговые центры), которые генерируют регулярный арендный поток. «Жилые проекты предполагают длинный цикл согласования и строительства и начинают приносить доход только после старта продаж. Кроме того, рынок жилья сильнее подвержен циклическим колебаниям спроса, что может влиять на стабильность и предсказуемость выплат инвесторам»,— объясняет она.

По словам господина Татаринова, в жилых проектах такая схема может применяться, но ограниченно: инвестор может приобрести паи фонда, который инвестирует в девелоперские проекты либо имеет среди активов арендное жилье.

Управляющий партнер аналитического агентства «ВМТ Консалт» Екатерина Косарева говорит, что ЗПИФы применяются чаще для коммерческой недвижимости, чем для жилой, по нескольким причинам. «Во-первых, действуют регуляторные ограничения. Механизм эскроу-счетов делает сделки безопасными для покупателей. ЗПИФы вынуждены соблюдать дополнительные требования закона. Во-вторых, риски доходности. Доходность от коммерческого помещения легче прогнозируется. В-третьих, приобретение жилья через ЗПИФы возможно, но непопулярно. Доля жилой недвижимости — около 10% от всех розничных ЗПИФов, то есть 0,4 млн кв. м жилья. В этом случае не действуют меры господдержки (например, льготная ипотека), а если покупатель решит расторгнуть договор, он получит деньги, за которые УК купила недвижимость в ЗПИФах, то есть ниже рыночной стоимости, потому что фактически приобретает право по договору переуступки у управляющей компании»,— рассказала она. ■

ОБЩЕЕ НАСТУПАЕТ НА ЛИЧНОЕ

МЕСТА ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ (МОП) ПОСТЕПЕННО НАРАЩИВАЮТ ДОЛЮ В ОБЩЕДОМОВОЙ ПЛОЩАДИ: СЕГОДНЯ ДАЖЕ В ПРОЕКТАХ КОМФОРТ-КЛАССА ИХ ДОЛЯ СОСТАВЛЯЕТ 10–15%. В ПРЕМИАЛЬНЫХ КЛАССАХ ОНА МОЖЕТ ДОСТИГАТЬ И 50%. ПРИ ЭТОМ БОЛЬШИНСТВО ДЕВЕЛОПЕРОВ СТАРАЕТСЯ НЕ СОКРАЩАТЬ ИЗДЕРЖКИ НА ОФОРМЛЕНИЕ МОПОВ, ВЕДЬ ТАКИЕ ЗОНЫ, КАК ПОЛАГАЮТ ЭКСПЕРТЫ, ФОРМИРУЮТ ИМИДЖ ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА И СПОСОБНЫ ВЫДЕЛИТЬ ЕГО ИЗ ОБЩЕЙ МАССЫ ПРОЕКТОВ, ПРИДАВ ЕМУ ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ И УСКОРИВ ПРОДАЖИ. ВИКТОРИЯ КРАСИКОВА

В последние годы отношение к местам общего пользования сильно изменилось. Если раньше они воспринимались как чисто функциональные проходные пространства, то сегодня это часть продуманного пользовательского сценария, формирующего первое впечатление о доме. Почти во всех современных домах появились места для хранения колясок и велосипедов, зоны с мягкой мебелью, где жильцы могут, например, дождаться такси или курьера. «А еще появляется такая классная „фишка“, как лапомойки для собак. Это действительно удобно: вернулся с прогулки — и сразу можешь помыть лапы питомцу, не принося грязь в квартиру. И если раньше это казалось необязательными мелочами, то сейчас именно из них складывается комфорт, создается ощущение заботы и организуется быт жителей»,— говорит Дарья Туркина, основатель BOHAN studio. → 10

«ЧТОБЫ ОЖИВИТЬ ОТРАСЛЬ, СТАВКА ДОЛЖНА БЫТЬ 9%»

НА ФОНЕ КРИЗИСА СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ И, КАК СЛЕДСТВИЕ, СОКРАЩЕНИЯ ОБЪЕМОВ РЫНКА ПВХ-ОКОН ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЕТСЯ СЕГМЕНТ АЛЮМИНИЕВЫХ КОНСТРУКЦИЙ. ПО ОЦЕНКЕ УЧАСТНИКОВ РЫНКА, ЕГО ЕЖЕГОДНЫЙ ПРИРОСТ СОСТАВЛЯЕТ 5–10%. ЧЕМ ОБУСЛОВЛЕНА ЭТА ТЕНДЕНЦИЯ, СОХРАНИТСЯ ЛИ ОНА В 2026 ГОДУ И ЧТО НУЖНО РЫНКУ СВЕТОПРОЗРАЧНЫХ КОНСТРУКЦИЙ, ЧТОБЫ РАСТИ, РАССКАЗАЛ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «ФОТОТЕХ» (ВХОДИТ В ECOOKNA GROUP) ИВАН ФИЛОНЕНКО. КСЕНИЯ АХМЕТЖАНОВА



ООО «ФОТОТЕХ»

GUIDE: В этом году вы приняли на себя управление компанией. Расскажите, как вы ведете бизнес в непростых рыночных условиях?

ИВАН ФИЛОНЕНКО: Наша компания занимается производством противопожарных и защитных конструкций и стеклопакетов, а также архитектурными стеклопакетами, которые предназначаются для фасадов зданий. Если говорить про первые два сегмента, то «ФОТОТЕХ» входит в тройку лидеров по России, мы занимаем долю в 10–15% в нише защитных алюминиевых конструкций. Что касается направления архитектурных стеклопакетов, то тут мы только в начале пути.

В целом состояние у компании хорошее: налажены бизнес-процессы, укомплектована команда, мы присутствуем практически во всех федеральных округах страны. Есть и потенциал роста: те производственные мощности, в которые были инвестированы средства собственниками в начале 2025 года, еще до предела не загружены. И есть понимание, как расширять производство в узких участках.

G: Ваша компания намерена масштабировать производство?

И. Ф.: Наша группа компаний приобрела дополнительные мощности по переработке стекла и компилирует отрасль и смежные продукты в одной локации: на территории индустриального парка «М8 Инновации» в Московской области. Это около 250 га земли, на которых мы создаем Фасадный кластер. По сути, это будет первый в России алюминиевый индустриальный кластер в стране. И мы сейчас приглашаем партнеров и резидентов к нему присоединиться.

На этой площадке располагается все наше производство. Там есть завод по производству и переработке стекла и стеклопакетов, там же большой цех по производству алюминиевых конструкций. В этом году мы запустили высокоскоростную линию порошковой покраски. Там же у нас скатка алюминиевого профиля. Будет еще декорирование. Из своих производственных мощностей мы сформировали центры коллективного пользования для резидентов кластера.

Помимо этого, в начале этого года мы купили завод в Клину. Это полноценное укомплектованное стекольное предприятие, на котором мы можем производить стеклопакеты.

G: Как трансформировался рынок светопрозрачных конструкций за этот год?

И. Ф.: Рынок сильно изменился за последний год. Если говорить про сегмент пластиковых окон, то тут мы наблюдаем сокращение по физическому объему на 25%, некоторые компании показывают падение на 30–40% по итогам года в сравнении с 2024-м. В денежном выражении сокращение составляет около 20%.

Рынок ПВХ-окон сильно завязан на недвижимости, а рынок строительства сейчас демонстрирует падение. Мы видим, что много проектов встало «на стоп», примерно каждый третий-четвертый проект имеет задержку относительно плана. Можно ли работать в таких условиях? Однозначно да, нам ничего другого и не остается. Скажем так, времена не самые теплые относительно того, что было еще два года назад.

G: Но при этом растет сегмент алюминиевых конструкций?

И. Ф.: Да, это общая тенденция. Сейчас в большей части первички используется алюминий. Идет тренд на стеклянные фасады, большие окна в пол. Это подразумевает большой вес конструкций, и пластик для этого не предназначен.

Сегмент алюминиевых конструкций растет, в том числе за счет входных групп: идут ремонты в административных зданиях, ведется активное строительство школ и детских садов, и это дает дополнительный стимул алюминиевому рынку. Кроме того, мы наращиваем долю рынка за счет сервисной составляющей. Поэтому, несмотря на падение рынка пластиковых конструкций, у нас все равно заложен оптимистичный план роста на 25%.

В целом рынок пластиковых окон в физическом объеме сейчас занимает примерно 70%, алюминия — 30%. С каждым годом рынок алюминиевых конструкций прирастает в объеме на 5–10%. И этот тренд в следующем году будет усиливаться.

G: Какие инновации вы внедряете в производство?

И. Ф.: В периметре Ecookna Group у нашей компании самый большой технический отдел, в нем задействованы научные сотрудники. Мы выпускаем электрообогреваемое стекло, стекло с изменяемой прозрачностью. Мы обладаем компетенциями в области электрических напылений и способны создавать разнообразные продукты на базе этой технологии. К примеру, мы умеем запитывать электроприборы, которым нужно 220 вольт, располагая их в центре стекла. Этот продукт мы предлагаем девелоперам, когда на подъездную дверь, например, нужно расположить FaceID.

Помимо этого, мы располагаем экспертизой в части соединения противопожарных свойств прозрачной конструкции и огневых испытаний. В один квартал мы делаем 60–70 огневых испытаний. Это очень много, то есть мы загружаем три-пять лабораторий, которые проводят огневые испытания.

Сейчас мы прорабатываем производство тонких стекол, когда толщина стекла составляет 2 мм. Это облегчает вес изделия на фасаде, но при этом сохраняет его эксплуатационные характеристики.

G: Как вы автоматизируете производство?

И. Ф.: Сейчас у нас на заводе есть полуавтоматический цех. В будущем году мы планируем установить на новой производственной площадке оборудование из Китая — это будут полностью автоматизированные линии производства алюминиевых окон и дверей. Это поможет нам достигнуть таких мощностей, чтобы собирать 600–800 алюминиевых конструкций в день. Сейчас эта цифра в диапазоне 100–150.

Кроме того, в этом году на ПМЭФ мы подписали с Московской областью меморандум о строительстве большого автоматического завода по производству стеклоизделий и стеклопакетов. Это будет завод безопасного архитектурного стекла — большое предприятие площадью 24 тыс. кв. м и с возможностью производства стеклопакетов размером 3 х 12 м. В ЦФО такого типа и класса предприятия еще нет.

G: В какой стадии находится этот проект?

И. Ф.: Мы провели процесс межевания земельного участка в Сергиевом Посаде, идет проектирование здания. В конце следующего года планируем начать строительство. Запуск будет в 2028 году. Ежегодно здесь будет производиться до 800 тыс. кв. м изделий из стекла, в том числе противопожарного и высокопрочного. По моей оценке, емкость рынка стеклопакетов составит около 42 млн кв. м. Продукция завода будет предназначена не только для окон, дверей и витражей, которые используются при строительстве многоквартирных домов и объектов инфраструктуры, будут также иллюминаторы, транспортное стекло, обогреваемые стеклянные кровли, продукция для оборонного комплекса.

G: Как вы решаете кадровый вопрос?

И. Ф.: В Московской области катастрофически не хватает людей. Мы тут вынуждены конкурировать с маркетплейсами, куда сейчас активно уезжают работать молодые люди. Мы предпринимаем определенные шаги для решения этого вопроса. Во-первых, мы получили квоты и привезли сотрудников из Индии. К нам прилетело уже несколько самолетов с индийцами, мы удачно помогаем им ассимилироваться.

Во-вторых, мы оборудовали большую часть рабочих мест таким образом, чтобы на любой позиции человек мог справляться безотносительно его физических возможностей. Мы пришли к механизации для того, чтобы наличие физической силы не было необходимым условием работы. Тяжелые конструкции никто не должен поднимать — это будут делать специальные механизмы.

И третье — мы активно работаем с такими образовательными программами, как «Профессионалитет». Это программа, которая сейчас активно развивается в техникумах, где с ранних курсов у студентов выстраивается коммуникация с потенциальными работодателями.

G: Как будет развиваться рынок остекления в 2026 году?

И. Ф.: В следующем году на рынке будет еще минус 20–25% от этого года. При таком пессимистичном прогнозе надо быть очень усердной и творческой компанией, чтобы расти. Чтобы оживить строительную отрасль, в которой присутствует «ФОТОТЕХ», ключевая ставка должна быть 9%. Когда она станет такой — вопрос времени. Мое личное мнение таково: при определенных обстоятельствах ставка 12% в следующем году может быть реальна. ■

ПРОСТРАНСТВО КАК СЕРВИС

СОВРЕМЕННЫЕ КРЕАТИВНЫЕ КЛАСТЕРЫ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА ПЕРЕСТАЛИ БЫТЬ ПРОСТО МОДНЫМ ФОРМАТОМ И ПРЕВРАТИЛИСЬ В КЛЮЧЕВОЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ. ОТ ИХ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ И ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ ЗАВИСИТ, СТАНУТ ЛИ ОНИ ЛОКОМОТИВОМ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ ИЛИ ПРЕВРАТЯТСЯ В ОЧЕРЕДНОЙ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС. ЭКСПЕРТЫ В СФЕРЕ УРБАНИСТИКИ И ДЕВЕЛОПМЕНТА ПОДЕЛИЛИСЬ С GUIDE, КАК РАЗВИВАТЬСЯ В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ, ГДЕ ПРОСТРАНСТВО — ЭТО СЕРВИС, А УСПЕХ ИЗМЕРЯЕТСЯ НЕ РАЗОВЫМ ПОСЕЩЕНИЕМ, А ВСТРОЕННОСТЬЮ В ПОВСЕДНЕВНУЮ ЖИЗНЬ ГОРОЖАН. ИРИНА РОМАНОВА



ИГОРЬ НИКИТИН

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА И КРЕАТИВНЫЕ КЛАСТЕРЫ СТАНОВЯТСЯ ТОЧКАМИ ПРИТЯЖЕНИЯ, УСИЛИВАЮЩИМИ ЛОКАЦИЮ, ПОВЫШАЮЩИМИ ЕЕ УЗНАВАЕМОСТЬ И ЦЕННОСТЬ

СИЛА ПРИТЯЖЕНИЯ Современное городское планирование все больше ориентируется на повседневные сценарии жизни горожан. «Концепция „третьего места“ усиливается на фоне роста одиночного проживания и изменения структуры домохозяйств. Общественные пространства перестают быть лишь зонами досуга и все чаще выполняют функцию продолжения частного пространства. Они становятся точками социализации, работы, досуга и культурного опыта. Отдельного внимания заслуживает тренд на „город для жизни“, включая восприятие домашних животных как части семьи — отсюда появление лапомоек, дог-френдли-пространств и соответствующей инфраструктуры в новых жилых комплексах. Существенное влияние оказывает и модель „пятнадцатиминутного города“, предполагающая шаговую доступность ключевых функций»,— говорит Лидия Рой, директор Центра креативной экономики Школы управления «Сколково».

При этом важным фактором становится интеграция искусства в архитектуру и концепцию новых районов — через паблик-арт, культурные маршруты и событийную среду, формирующую идентичность территории.

По мнению президента группы RBI Эдуарда Тиктинского, один из ключевых трендов — ревитализация индустриального наследия, включение его в культурную и деловую жизнь города. «Кластеры все чаще формируются не с нуля, а на базе исторических объектов, которые уже несут культурную и смысловую нагрузку»,— говорит он.

Как отмечает Евгения Кулеш, заместитель директора департамента стратегического консалтинга Nikoliers, общественные пространства и креативные кластеры становятся точками притяжения, усиливающими локацию, повышающими ее узнаваемость и ценность. Кроме того, в 2024 году произошла институционализация креативных индустрий: был принят 330-ФЗ о развитии креативных индустрий в Российской Федерации, это меняет планировочную логику. «Кластеры и общественные пространства закладываются в мастер-планы как экономический и социальный якорь»,— указывает Елена Скрипкина, руководитель отдела мастер-планирования DOMO Spacerunners.

Господин Тиктинский считает, что сегодня востребованы мультиформатные пространства: ранее они чаще ориентировались на конкретные виды искусства, такие как изобразительное искусство или музыка, а сегодня мы видим музыкальные и танцевальные фестивали, выставки художников, музейные экспозиции, деловые мероприятия — и все под одной крышей. «И, конечно, современные кластеры все чаще ориентированы на мультимедийные и иммерсивные форматы взаимодействия с гостями, зрителями, участниками»,— добавляет он.

При этом важно понимать, что термин «креативный кластер» трактуется по-разному, и именно от этого зависит его роль в городской среде. Так, часть так называемых креативных кластеров сегодня — это, по сути, общественные коммерческие пространства с общепитом, ритейлом, событиями и зонами отдыха. «Другой формат — профильные кластеры, где сосредоточен бизнес креативных индустрий: архитектура, дизайн, медиа, IT. Универсальные форматы не исчезают, но в то же время, если кластер ориентирован на профессиональное сообщество, то он может двигаться в сторону более четкой специализации»,— уточняет эксперт.

Госпожа Рой согласна с коллегой в том, что универсальные креативные кластеры не уйдут в прошлое. «Они особенно важны на этапе, когда в регионе еще не сформировано креативное ядро. Именно такие пространства позволяют собрать сообщество, запустить взаимодействие разных креативных практик и сформировать первые предпринимательские проекты»,— добавляет она.

По мере того как креативное ядро складывается и индустрия обретает устойчивость, появляется запрос на специализацию. «В этот момент возникают узкоспециализированные кластеры. Следующим этапом развития креативных индустрий будет формирование сетей пространств, когда отдельные кластеры, площадки и институции начинают работать как единая система и образуют полноценные производственные цепочки. В этой логике специализация возникает не только на уровне отдельных кластеров, но и на уровне регионов и макрорегионов.

В Европе и Азии исследования фиксируют бум таких агломераций: в Лондоне или Шанхае они опираются на местные таланты, университеты и готовую инфраструктуру, что повышает конкурентоспособность, рассказывает Юлия Зубарик, ведущий российский градостроитель, эксперт-стратег по развитию городов и территорий, генеральный директор градостроительного бюро Master's Plan.

«В России этот тренд тоже набирает силу: в Москве и Санкт-Петербурге растут специализированные кластеры вроде „Технопарка Сколково“ для IT и инноваций или „Флакона“ и „Артплея“ с уклоном в дизайн и медиа, где локальные креативщики находят партнеров и гранты»,— указывает госпожа Зубарик.

«Такой подход сегодня реализуется и на Дальнем Востоке, где в рамках макрорегиональной модели развития креативных индустрий формируется четкая специализация территорий: Якутия — IT и кино, Приморье — современное искусство и мода, Камчатка — документальное кино, Бурятия — музыка и аудиоконтент. Это позволяет выстраивать межрегиональную кооперацию и повышать конкурентоспособность креативной экономики в целом»,— делится госпожа Рой.

С другой стороны, специализация несет риски: она усиливает жесткую конкуренцию внутри ниши и делает кластеры уязвимыми к кризисам, таким как санкции или спад в отрасли, утверждает эксперт. «Универсальные модели, вроде бывших берлинских заводов с миксом культур, лучше переживают шоки за счет разнообразия. В России это видно в „Винзаводе“ или петербургской Новой Голландии, где смешение жанров сохраняет живость сообщества даже в нестабильные времена»,— добавляет Юлия Зубарик.

При этом в городском планировании заметен сдвиг от объекта к сценариям. Важна не архитектура сама по себе, а то, какие процессы пространство удерживает каждый день и как оно связано с образованием, рынком труда, туризмом, предпринимательством, указывает Владимир Ямщиков, эксперт программ ВШГУ РАНХиГС, «Сенеж» и «Сколково».

«Хорошо это видно на московских примерах. „ГЭС-2“ — один из самых показательных кейсов: при плановой аудитории около 700 тыс. человек в год фактическая посещаемость в 2024 году превысила

900 тыс., при этом две трети посетителей приходят повторно. Это ключевой показатель — он говорит не о разовом интересе, а о встроенности пространства в повседневную жизнь города. Показательно и то, что проект постепенно перешел от полностью бесплатной модели к смешанной, сохраняя публичную функцию, но выстраивая более устойчивую экономику»,— добавляет господин Ямщиков.

В ПОИСКЕ БАЛАНСА Главные вызовы для развития общественных пространств и креативных кластеров — это поиск устойчивой финансовой модели, сохранение целостной концепции и репутации проекта, а также необходимость постоянного технологического обновления. «Успешные пространства — это не только про архитектуру или локацию, а про качественные концепцию и управление, сильное сообщество и создание привлекательной и безопасной среды для разных аудиторий»,— говорит Евгения Кулеш.

Как объясняет Эдуард Тиктинский, кластеры — это проекты со сложной экономической моделью, им не так-то просто окупить себя. «К примеру, реконструкция Левашовского хлебозавода потребовала вложений около 1,2 млрд рублей, и вряд ли деятельность культурно-делового пространства способна принести прибыль, сопоставимую с этой суммой. Мы изначально создавали такое пространство с расчетом на то, чтобы оно окупало хотя бы свою собственную операционную деятельность»,— рассказывает он. Помимо достижения устойчивой экономики, важно и сохранение баланса между экономикой и аутентичностью. «Финансовая модель важна, технологии необходимы, но именно „подлинность“, живое сообщество, сохранение исторической памяти и определенной концепции делают кластер живым. Успех возможен тогда, когда коммерческий рост не разрушает культурную и социальную миссию места»,— резюмирует господин Тиктинский.

В конечном счете всегда стоит вопрос инвестиций и прибыли как главных факторов, говорят собеседники Guide. От этого зависит, будет ли развиваться кластер или нет. Как отмечает госпожа Кулеш, современные проекты стремятся к балансу: коммерческая составляющая обеспечивает устойчивость, а общедоступные функции формируют поток и лояльность аудитории.

«Поиск устойчивой финансовой модели — это сейчас главный вызов в развитии чего угодно, и общественные и деловые кластеры не исключение. Аутентика сохраняется, а зачастую и просто охраняется, поскольку почти всегда становится основой для развития концепции. Все самые успешные примеры городских общественных пространств прямо или косвенно апеллируют к исходнику: через названия, архитектуру, через параметры перезапущенных объектов недвижимости и площадей. Ну а технологическое благополучие и техническое обеспечение при создании любых кластеров строго обязательны»,— говорит Сергей Софронов, коммерческий директор ГК «ПСК».

Как отмечает госпожа Рой, сегодня происходит переход от модели аренды к модели «пространство как сервис». «Кластеры предлагают резидентам юридическую и бухгалтерскую поддержку, маркетинг и PR, образовательные и акселерационные программы, а также возможности для нетворкинга. Это снижает входные барьеры и повышает качество креативных предпринимательских проектов»,— уточняет эксперт.

Госпожа Зубарик подтверждает, что в настоящее время в креативных кластерах и коворкингах доминирует тренд на «полный пакет услуг» для резидентов. «Это не просто аренда пространства, а помощь с юридическими вопросами (регистрация фирм, контракты), маркетингом (продвижение продуктов), образованием (курсы, семинары) и нетворкингом (встречи с инвесторами и партнерами). Такие инкубаторы часто сотрудничают с университетами и компаниями, чтобы знания свободно текли между участниками, и это помогает резидентам дольше оставаться и развиваться»,— указывает она.

Этот подход особенно популярен в современных коворкингах и креативных сообществах, где сочетается стабильное финансирование (гранты, субсидии) с переменными доходами (аренда, события). Кластеры становятся мини-экосистемами, где стартапы получают все необходимое для роста на одном месте, продолжает эксперт.

Госпожа Скрипкина делится мнением, что история многих промышленных редевелопментов показывает: если кластер становится слишком успешным, растет арендная плата, меняется состав резидентов, и место легко превращается в обычный торгово-развлекательный комплекс с красивыми кирпичами — теряется культурный смысл, ради которого все и затевалось.

«Сохранить живое сообщество, при этом обеспечив нормальную экономику, и не отстать от технологической повестки — в этом сегодня ключевая задача и для частных девелоперов, и для городов, которые работают с общественными пространствами и креативными кластерами как с инструментом развития территории, а не только как с модным форматом»,— резюмирует она. ■



АЛЕКСАНДР КАЗАКОВ

КОНЦЕПЦИЯ «ТРЕТЬЕГО МЕСТА» УСИЛИВАЕТСЯ НА ФОНЕ РОСТА ОДИНОЧНОГО ПРОЖИВАНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ СТРУКТУРЫ ДОМОХОЗЯЙСТВ

О СЛАГАЕМЫХ УСПЕХА МОНЕТИЗАЦИИ КРЕАТИВНОГО БИЗНЕСА ПЕТЕРБУРГА

НИКИТА МУРОВ,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ХОЛДИНГА «БРОНКА ГРУПП»



ХОЛДИНГ «БРОНКА ГРУПП»

Изначально, в середине 2000-х годов, арт-кластеры в Москве и Петербурге задумывались как места притяжения для нишевого сообщества. Такие проекты, как Artplay, «Флакон», «Винзавод», ориентировались прежде всего на представителей творческих профессий. С тех пор креативный бизнес в двух столицах давно перестал быть «клубом по интересам художников и дизайнеров». Мы прошли путь от точечных арт-кластеров до полноценной отрасли с понятными инвестиционными моделями, в которых задействованы не только профессионалы искусства, но и самая широкая аудитория: предприниматели, активные горожане, туристы.

Просто сдать кирпичный лофт в аренду и проводить фестивали для успешной монетизации уже недостаточно. Сегодня успех этой индустрии напрямую зависит от трех ключевых составляющих. Первая — это формирование полноценной экосистемы резидентов, где каждая компания не просто занимает площадь, а становится частью взаимодополняющей бизнес-среды. Речь идет о внутреннем рыночном обороте компетенций: такой эффект мы получаем, например, когда организатор фестивалей привлекает к работе локальную дизайн-студию, а студия, в свою очередь, получает поток заказов и доступ к новой аудитории. Именно эта синергия приводит к эффекту «сарафанного радио», когда один предприниматель говорит другому: давай переезжай сюда, здесь классно, бизнесу хорошо. Во многом благодаря этому эффекту количество арендаторов нашего общественно-делового пространства «Мануфактура 10|12» увеличилось более чем на 60%.

Второй фактор успешной монетизации — это эффективный событийный менеджмент. Особенно он важен на этапе запуска, когда ивенты выступают в качестве инструмента быстрого выхода на рынок и формирования узнаваемости. Так, проведение музыкального фестиваля «Планета К-30», хедлайнером которого стал Антон Беляев, и фестиваля автомобилей Original Meet привлекло для «Мануфактуры 10|12» новую аудиторию почти в 20 тыс. человек.

Важный момент: чем лучше площадка подготовлена с точки зрения сопутствующей инфраструктуры, тем выше эффективность событийного менеджмента. Например, сегодня, на фоне значительного повышения стоимости парковки в центре Петербурга, возможность с комфортном приехать на мероприятие на своей машине становится серьезным преимуществом. К услугам гостей «Мануфактуры 10|12» — парковка на 165 мест, рядом — парковка Единого центра документов еще на 350 мест. Таким комфортным парковочным пространством не может похвастаться ни один креативный кластер Петербурга. Безусловно, это повышает привлекательность «Мануфактуры 10|12» и для крупных событий, и для повседневного использования резидентами и гостями.

И, наконец, третий множитель в успешной бизнес-модели креативного пространства — это интеграция крупного бизнеса. Это может происходить, например, в виде привлечения якорных арендаторов, которые обеспечивают стабильный трафик посетителей и усиливают статус площадки. Например, в 2026 году в «Мануфактуре 10|12» начнет работать премиальный фитнес-клуб Urbanfit Neo. Другой вариант — это интеграция в событийную повестку крупных b2c-брендов. Для них креативные пространства фактически становятся платформами для маркетинга и работы с аудиторией. Как это делает, например, Т-банк с лаундж-зонами в «Севкабеле» или Альфа-банк со своим фестивалем для студентов «Альфа движ» в арт-квартале «Хлебозавод № 9» в Москве. Для собственника креативного кластера все это — дополнительная капитализация площадки. Растут статус, трафик, чек, а вслед за этим — и ставка аренды.

В завершение хочу сказать, что формирование креативных кластеров именно как индустрии стало возможным еще и благодаря тому, что государство перестало воспринимать этот сегмент как нишевый. На федеральном уровне есть цель довести долю креативных индустрий в ВВП до 6% к 2030 году — тем самым бизнес получает сигнал, что его усилия совпадают с целями страны. По итогу 2025 года мы видим, что рынок воспринимает «Мануфактуру 10|12» уже не как локальный арт-проект, а как новую точку концентрации креативного бизнеса. За год пространство посетило несколько сотен тысяч человек. Поэтому для холдинга «Бронка Групп» развитие «Мануфактуры 10|12» — это не игра в красивый фасад, а полноформатный инвестиционный проект с долгосрочной стратегией развития.

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ БЕЗ ОТРЫВА ОТ ПРОИЗВОДСТВА

КОНЦЕПЦИЯ ESG В РОССИИ ПЕРЕЖИВАЕТ СЕРЬЕЗНУЮ ТРАНСФОРМАЦИЮ. НА СМЕНУ ИНОСТРАННЫМ СТАНДАРТАМ ПРИХОДЯТ НАЦИОНАЛЬНЫЕ, А РИСКИ ДЛЯ КОМПАНИЙ СМЕСТИЛИСЬ ОТ РЕПУТАЦИОННЫХ К ФИНАНСОВЫМ. ПРИ ЭТОМ ЭКСПЕРТЫ СОВЕТУЮТ ИНТЕГРИРОВАТЬ ESG В ОСНОВНЫЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ, ТРЕБУЯ ОТ ИНИЦИАТИВ ИЗМЕРИМОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОТДАЧИ. ИРИНА РОМАНОВА

СМЕЩЕНИЕ ФОКУСА Как отмечают собеседники Guide, за последние годы идеи устойчивого развития существенно трансформировались. На изменение подходов к ESG влияла как геополитическая ситуация, так и нововведения в законодательстве и финансировании. «Уход иностранных систем сертификации из России привел к формированию новых стандартов, которые хотя и во многом перекликаются с иностранными, имеют акцент на национальную специфику»,— говорит Алексей Алешин, управляющий директор «Товарищества Рябовской Мануфактуры». Так, в национальных целях развития РФ до 2035 года ESG позиционируется не просто как соответствие принятым международным стандартам, но и один из ключевых внутренних приоритетов. При этом государство активно формирует свою систему оценки устойчивого развития через стандарты (ЭКГ, КПД, СОКБ) и рекомендации регуляторов. Компании, не участвующие в этой повестке, могут оказаться в стороне от мер господдержки и льготного финансирования, замечают эксперты.

«Для реализации этих задач Россия разрабатывает собственные „зеленые“ программы. Так, с 2024 года в России действует национальный стандарт „Индекс деловой репутации бизнеса“ — ЭКГ-рейтинг. На данный момент он включает более 7 млн юридических лиц и ИП по всей стране. Внедряя этот инструмент, государство не только задает ключевые векторы развития в новых реалиях, но и предоставляет ответственному бизнесу административную поддержку и финансовые льготы»,— рассказывает Булат Алимов, заместитель председателя совета директоров инвестиционно-промышленной группы «Стилобат». По его словам, частные инвесторы даже в условиях турбулентности готовы участвовать в строительстве экономики будущего и брать на себя дополнительную социальную и экологическую ответственность.

Светлана Скользкова, советник генерального директора «СКБ Контур» по социальной ответственности, директор благотворительного фонда «СКБ Контур», подчеркивает, что сегодня ESG-инициативы требуют четкого обоснования экономической эффективности и интеграции в основные бизнес-процессы: больше прагматичности, сдвиг от имиджевых целей к проектам с измеримой бизнес-отдачей «В противном случае их реализация под большим вопросом»,— добавляет она.

При этом на российском рынке риски сместились с абстрактных репутационных угроз в сторону измеримых финансовых потерь и прямого влияния на устойчивость бизнеса. «Московская биржа с 2025 года ввела обязательное раскрытие нефинансовой отчетности для эмитентов первого и второго уровня листинга. Без проработанной ESG-позиции качественно отчитаться будет трудно»,— говорит госпожа Скользкова.

ЗА ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ ИДЕИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СУЩЕСТВЕННО ТРАНСФОРМИРОВАЛИСЬ. НА ИЗМЕНЕНИЕ ПОДХОДОВ К ESG ВЛИЯЛА КАК ГЕОПОЛИТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ, ТАК И НОВОВВЕДЕНИЯ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ И ФИНАНСИРОВАНИИ



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

СЕГОДНЯ ESG-ИНИЦИАТИВЫ ТРЕБУЮТ ЧЕТКОГО ОБОСНОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ИНТЕГРАЦИИ В ОСНОВНЫЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ: БОЛЬШЕ ПРАГМАТИЧНОСТИ, СДВИГ ОТ ИМИДЖЕВЫХ ЦЕЛЕЙ К ПРОЕКТАМ С ИЗМЕРИМОЙ БИЗНЕС-ОТДАЧЕЙ

По словам Елены Свириной, заместителя генерального директора по финансам и устойчивому развитию ГК «Дело», любой бизнес оказывает воздействие на среду и задача компании — минимизировать его. «Масштаб у всех разный, но логика одна: когда компания действует не только по букве закона, а на шаг вперед, она заранее закрывает будущие риски, опережает возможные требования регулятора и ожидания локальных сообществ»,— говорит она.

Так, за последние несколько лет в России значительно выросли штрафы за вред экологии, несоблюдение стандартов или сокрытие информации. «В прошлом году Росприроднадзор выявил 30 тыс. экологических нарушений, в результате в бюджет поступило 32,5 млрд рублей. Эти ресурсы могли быть направлены на развитие бизнеса, модернизацию оборудования и внедрение новых технологий, увеличение оплаты труда. Поэтому игнорирование экологических требований государства, помимо репутационных рисков, имеет также вполне ощутимые финансовые последствия»,— считает господин Алимов.

Глава Российского экологического общества Рашид Исмаилов подтверждает, что так как в такой социально чувствительной сфере, как экологическая, цена неправильного действия становится значима, а последствия непоправимы, многие владельцы бизнеса стали осмотрительнее в экологической политике. «Для нивелирования рисков корректируются корпоративные политики, перестраивается работа пресс-служб, публикуются отчеты об устойчивом развитии, а также приглашаются НКО в качестве общественных верификаторов инвестпрограмм. Все эти меры, безусловно, помогают формировать правильный имидж и повышают доверие к компании»,— говорит господин Исмаилов.

РИСКИ НЕСООТВЕТСТВИЯ Что касается возможных сложностей при реализации ESG-стратегий, то, как отмечает госпожа Свирина, сами по себе сложности минимальны, потому что стратегию компания прописывает для себя сама. «Трудности могут появиться, если это публичная стратегия на три-пять лет. В нынешней турбулентности многое может измениться буквально за один день, а публичный документ так быстро пересмотреть невозможно. Следует формировать долгосрочные цели, действительно важные для компании в долгосрочной перспективе»,— поясняет она.

По словам Анны Бобровой, директора по устойчивому развитию «Лемана ПРО», на практике в реализации ESG-принципов компания сталкивается с тремя ключевыми вызовами. Первый — дефицит квалифицированных кадров. «В ассортименте сети сегодня более 25% товаров и 45% упаковок содержит вторичное сырье. При подготовке к внедрению политики по ответственному сырью мы провели серию встреч с партнерами и выяснили, что на рынке критически не хватает опытных технологов. Компании используют любые методы мотивации для удержания специалистов. Какие бы мы, бизнесы, ни ставили перед собой цели, реализуют их люди. Без целевого обучения и повышения престижа заводских профессий возможности развития экономики замкнутого цикла представляются весьма ограниченными»,— рассуждает госпожа Боброва.

Продолжая тему дефицита кадров, госпожа Скользкова замечает, что кадровые риски для игнорирующих ESG компаний особенно высоки. «Современные специалисты, особенно молодые, все чаще выбирают работодателей, разделяющих их общественные и экологические ценности. В конкурентной борьбе за таланты сильная социальная политика компании становится ключевым инструментом для привлечения, удержания и повышения эффективности сотрудников. А это напрямую сказывается на ее финансовых показателях»,— уверена она.

Второй вызов — недостаточный спрос на вторичное или сертифицированное сырье со стороны игроков отрасли. «С 2025 года использование устойчивого сырья дает дополнительное преимущество при выборе поставщика в нашем тендерном процессе, а для деревосодержащей продукции это и вовсе одно из требований. Однако такой подход должен стать массовым, иначе эффект останется точечным»,— продолжает госпожа Боброва.

Третий вызов — роль первопроходца. «ESG подразумевает не только предъявление требований к партнерам, но и их сопровождение. Мы вручную работаем с поставщиками при устранении несоответствий. За последний год было проведено 62 социальных аудита наших производственных партнеров, 12 показали неудовлетворительные результаты, преимущественно по пожарной безопасности. Отказ от таких поставщиков оставил бы покупателей без товаров, поэтому мы предпочитаем идти по пути развития таких поставщиков. 12 компаний улучшили условия на производствах. Это снизило риски поставок некачественных товаров и форс-мажоров — в нашей практике случались пожары у поставщиков, когда мы оставались без важных товаров в разгар сезона»,— объясняет она. По ее словам, социальные аудиты не только инструмент защиты прав человека в цепочке поставок, но и инструмент обеспечения стабильности бизнес-процессов.

Что касается новых трендов в области ESG, то, как отмечает Елена Свирина, сегодня социальные и климатические риски начинают «оцифровываться», как и сама отчетность: компании активнее используют цифровые методы, чтобы отслеживать влияние, фиксировать показатели, быть более прозрачными. ■

ТРАССЫ РАЗГОНЯЮТ КОТТЕДЖНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО

СТРОИТЕЛЬСТВО КАД-2 И ШСМД СТИМУЛИРУЕТ СТРОИТЕЛЬСТВО НОВЫХ КОТТЕДЖНЫХ ПОСЕЛКОВ В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ. ПО ОЦЕНКАМ ЭКСПЕРТОВ, В БЛИЖАЙШИЕ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ КОЛИЧЕСТВО НОВЫХ ПРОЕКТОВ, ОСОБЕННО У ВОСТОЧНЫХ ГРАНИЦ ПЕТЕРБУРГА, МОЖЕТ УДВОИТЬСЯ. ПРИЧЕМ, ПО ДАННЫМ ЭКСПЕРТОВ, СОЗДАНИЕ НОВЫХ МАГИСТРАЛЕЙ МОЖЕТ СПОСОБСТВОВАТЬ ПОЯВЛЕНИЮ И НОВЫХ ПРЕМИАЛЬНЫХ ЛОКАЦИЙ ДЛЯ ПРОЕКТОВ МАЛОЭТАЖНОЙ ЗАСТРОЙКИ В РЕГИОНЕ. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Алия Ханбекова, директор департамента элитной недвижимости NF Groupв Санкт-Петербурге, считает, что в локациях, где новая трасса обеспечит более легкий доступ в область для жителей Санкт-Петербурга, можно ожидать новый этап развития загородной инфраструктуры. При этом, отмечает она, обратной стороной медали может стать снижение спроса на участки, расположенные в непосредственной близости к магистрали и падение их стоимости.

«При завершении проекта ШМСД с подключением к КАД-2 направлениями для появления новых поселков могут стать Всеволожск, Колтушское шоссе, прибрежные районы Ладожского озера и федеральная трасса „Кола“. Строительство магистралей приведет к развитию районов, росту спроса на загородное жилье и потенциальному увеличению цен. Ранее подобная ситуация наблюдалась в результате строительства и реконструкции трасс „Скандинавия“ и „Сортавала“»,— рассказала эксперт.

Привычный срок для введения в эксплуатацию нового поселка составляет три-четыре года. От него можно отталкиваться при оценке временных рамок для появления новых проектов с момента завершения строительства магистралей, считает госпожа Ханбекова.

«Исторически сложилось, что восточное направление попадает в сегмент комфорт- или бизнес-класса. Улучшение транспортной доступности благодаря доступу к центральным районам города может привести к появлению новых элитных проектов. Для этого девелоперам потребуется создать новую инфраструктуру и точки притяжения, привычные для клиентов такого уровня»,— полагает она.

Управляющий партнер аналитического агентства «ВМТ Консалт» Екатерина Косарева говорит, что есть и минусы для девелоперов и собственников участков. Так, Росреестр блокирует некоторые сделки во Всеволожском районе Ленинградской области. По данным госоргана, часть домов подпадает под буферную зону и их регистрация невозможна. А участки, привлекательные еще недавно, упадут в цене из-за непосредственной близости к магистрали, а значит, и к шуму.

КАТАЛИЗАТОР РОСТА Развитие транспортной инфраструктуры исторически является ключевым катализатором роста рынка загородной недвижимости. Строительство кольцевой автодороги КАД-2 и высокоскоростной магистрали (ШСМД), связывающей Петербург и Москву, не просто изменит логистическую карту региона, а создаст новые точки притяжения для девелоперов и покупателей, считает Марина Шкурко, управляющий партнер группы компаний Puzzle Realty.

По оценке эксперта, в ближайшие годы количество коттеджных поселков в зонах, прилегающих к новым трассам, может увеличиться в 1,5–2 раза. «Этот прогноз основан на прецеденте с Приозерским шоссе: до его реконструкции и превращения в современную транспортную артерию в том направлении насчитывалось всего 15 поселков. После ввода дороги в эксплуатацию их число выросло до 84»,— приводит данные эксперт. Аналогичный эффект, по ее мнению, следует ожидать и сейчас.

«Логика проста и подтверждена временем,— комментирует Марина Шкурко.— Новая дорога — это не просто асфальт. Это резкое сокращение временных затрат на дорогу до города, повышение комфорта и предсказуемости поездок. Территории, которые ранее считались „глухими“ или неудобными для ежедневных commute-поездок, моментально превращаются в лакомые участки для освоения. Девелоперы реагируют первыми, формируя предложение. А покупатели охотно откликаются, потому что получают баланс: жизнь на природе без потери связи с мегаполисом».

Филипп Шраге, генеральный директор строительной компании Kronung, также говорит, что восток Ленобласти давно ждет именно такой инфраструктурный толчок, как строительство новых трасс. «Как только появится понятная динамика по строительству этих дорог, рынок начнет закладывать ее в модели развития. Обычно лаг между началом активных работ и появлением новых проектов составляет два-четыре года. Мы ожидаем, что первые коттеджные поселки бизнес- и премиум-класса на востоке Ленобласти могут стартовать именно в этой перспективе: ориентировочно в 2027–2029 годах. Девелоперы начнут заходить на участки заранее — как только станет ясно, где будут развязки, съезды и какие зоны улучшат транспортную доступность. По локациям наиболее перспективными выглядят направления вдоль будущих транзитных коридоров: Тосненский, Кировский и частично Волховский районы. Там есть достаточно больших массивов под развитие, при этом земли ближе к действующим трассам уже активно распродаются под индивидуальную застройку»,— делится эксперт.

С точки зрения элитного сегмента наибольшую ценность получат локации с природными факторами — лесные участки, береговые линии рек и озер, а также территории недалеко от потенциальных транспортных узлов, считает господин Шраге.

Что касается объемов, говорит он, то восток Ленобласти пока представляет собой «чистое поле» с точки зрения организованной загородной застройки. «Именно поэтому здесь возможен достаточно крупный заход девелоперов. В перспективе мы говорим о десятках проектов разных масштабов: от небольших премиальных клубных поселков на 30–50 участков до крупных кварталов с собственной инфраструктурой на 200–300 домов. При этом рынок будет развиваться постепенно: сначала точечные премиальные проекты, затем более массовые истории»,— думает он.

Важно отметить, добавляет господин Шраге, что новые магистрали подтолкнут развитие не только элитного сегмента. Скорее всего, первыми пойдут проекты комфорт- и бизнес-класса — это самая востребованная ниша. Уже следом подтянутся премиум-поселки: как только появится стабильный спрос на «новый восток» и подтвердится скорость доезда до Петербурга, сегмент элиты станет более предсказуемым и привлекательным для крупных игроков.

По сути, развитие КАД-2 и ШСМД формирует новый «пояс роста» вокруг Петербурга. И восточное направление, которое раньше считалось сложным из-за транспорта, может через несколько лет стать одной из самых перспективных загородных территорий Ленобласти — с широким спектром проектов: от комфортного формата до элитных резиденций.

ИНФРАСТРУКТУРА НА ПЕРВОМ МЕСТЕ Основными сложностями, с которыми сталкиваются застройщики загородного жилья, являются отсутствие коммуникаций и их подключение, а также долгий процесс согласования.

«Для строительных компаний развитие транспортной инфраструктуры также благоприятный фактор. Несмотря на длительный срок окупаемости малоэтажных домов и высокую рентабельность только в элитном сегменте, проекты получают значительное маркетинговое преимущество — автономный образ жизни рядом с природой, что обеспечит высокий спрос»,— говорит госпожа Косарева.

«Мы видим, что современный покупатель выбирает не просто участок, а сформированную среду, и именно поэтому в проекте „Северное сияние“ мы сделали акцент на инженерной надежности, продуманной дорожной сети и благоустроенных общественных пространствах. Для нас было принципиально важным, чтобы ключевые коммуникации, такие как электричество и водоснабжение, были централизованными — городского уровня»,— рассказали в пресс-службе компании «Мегалит». Там отмечают, что будущие жители получают их сразу, они уже включены в стоимость, и покупателям не придется нести многомиллионные расходы на самостоятельное подключение, что часто случается при покупке «голого» участка.

Как говорят участники рынка, такое решение обеспечивает бесперебойность: жителям не страшны сезонные проблемы или стихийные отключения, характерные для многих поселков с автономными сетями. То есть, по сути, для того чтобы сделать поселок привлекательным, нужно обеспечить городское качество инфраструктуры в загородном поселке. К тому же застройщики изначально предусматривают модель управления с собственной управляющей компанией, на которую возложены функции по охране территории, содержанию внутрипоселковых дорог и текущему обслуживанию инфраструктуры.

Мария Федорова, управляющий партнер Puzzle Realty, прогнозирует: «Мы увидим два основных вектора развития в части ценовых сегментов. Массовый сегмент (эконом и комфорт) будет развиваться через проекты малоэтажной застройки с комплексным развитием территорий: с детскими садами, школами, собственной инфраструктурой. Это ответ на запрос семей на безопасную среду за городом. Премиум и делюкс будут представлены сегментированными поселками с индивидуальным проектированием в уникальных локациях (у воды или у леса). Крупные игроки рынка девелопмента обязательно придут на загородный рынок. Для них это не только бизнес, но и способ сохранения капитала. В условиях, когда деньги на счетах обесцениваются, вложения в девелопмент — понятный и востребованный инструмент». ■



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

РАЗВИТИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ИСТОРИЧЕСКИ ЯВЛЯЕТСЯ КЛЮЧЕВЫМ КАТАЛИЗАТОРОМ РОСТА РЫНКА ЗАГОРОДНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

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

«В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ НАДО ПРОКАЧИВАТЬ ГОСТЕПРИИМСТВО И ЛЮБОВЬ К ЛЮДЯМ»

С ОКТЯБРЯ ВИННЫЙ БАР ZAZAZU ВНОВЬ ОТКРЫЛСЯ В ОБНОВЛЕННОМ ПОСЛЕ КАПРЕМОНТА ДОМЕ ДОВЛАТОВА НА УЛИЦЕ РУБИНШТЕЙНА. В ПИКОВЫЙ ДЛЯ ГАСТРОНОМИИ ЛЕТНИЙ ПЕРИОД ЗАВЕДЕНИЕ БЫЛО ЗАКРЫТО. О ТОМ, ЧТО ПОДДЕРЖИВАЕТ ИНДУСТРИЮ, А ТАКЖЕ О ПЛАНАХ НА БУДУЩЕЕ КОРРЕСПОНДЕНТ GUIDE КСЕНИЯ АХМЕТЖАНОВА ПОБЕСЕДОВАЛА С СООСНОВАТЕЛЕМ ZAZAZU И ФРАНЦУЗСКОГО РЕСТОРАНА MON CHOUCHOU АНАСТАСИЕЙ РЕШЕТНИКОВОЙ.

GUIDE: Анастасия, сколько ресторан был вынужден не работать? И как это отразилось на бизнесе?

АНАСТАСИЯ РЕШЕТНИКОВА: Два с половиной месяца — это много для нас, особенно для лета, когда разгар сезона. Но мы сохранили всю команду, всех перевели на это время в MON CHOUCHOU. Причем в этот период мы открывали двери под закрытые мероприятия, потому что у наших гостей происходят разные события и когда к нам обращаются, я не люблю говорить нет. Мы даже провели несколько свадеб, люди у нас знакомились, им было принципиально провести этот день в нашем заведении. 15 октября мы вновь открыли двери для всех, с тех пор заново создаем свой проект. У нас есть новинки: например, мы запустили сеты в ZAZAZU, чтобы не только по средам можно было прийти на ужин к нам, а в любой день недели.

В декабре наш шеф-повар Дмитрий Решетников презентовал сет от ZAZAZU, концепция — гастропутешествия по регионам. В каждом блюде и напитке вы попадаете в разные страны: Италию, Францию, Австрию, Германию и, конечно, Россию. Мы предлагаем попробовать сет, который создается как некий специалитет из лучших блюд и уникальных вин гастропредставителей этой страны. Но упор мы делаем не на типичные города, а на очень маленькие, в которых вы, скорее всего, никогда не были. Если это Австрия, то это не Вена, а Вахау. Мы, конечно, добавили в сет Шампань, потому что, я считаю, что наше заведение без нее и черной икры — это не ZAZAZU. Это наша топовая визитная карточка.

G: Ваше заведение знаменито своими коллаборациями с музеями и галереями. Что сейчас предлагаете гостям?

A. P.: Мы сделали «Довлатов сет», что органично укладывается в концепцию дома, в котором мы располагаемся. Сет включает приватный тур по коммуналке писателя с атмосферой 1970-х, рассказами о его настоящей жизни, о той эпохе, а в финале экскурсии — ужин в стилистике Довлатова. Мы нашли продукты, которые откликаются той эпохе, но деликатно переложили их на манер ZAZAZU. Этот сет пользуется популярностью, особенно среди туристов. В остальном мы, как всегда, делаем коллаборации с художниками и арт-галереями и музеями. Из последних — это Андрей Люблинский, Андрей Бергер, Настя Потемкина.

G: А есть какие-то специфические запросы со стороны гостей? Может быть, они вас подталкивают на какие-то коллаборации?

A. P.: Мы часто создаем уникальные события. За год в наших заведениях проходит больше сотни мероприятий: в коллаборации с известными брендами и людьми, организация партнерских ужинов и частных событий. Например, день рождения в стилистике «Служебного романа». Когда ZAZAZU на один день превращается в совершенно другое пространство. Мы стилизовали авоськи с мандаринами, подавали еду в хрустальных вазах.

Еще у нас был потрясающий день рождения в стилистике Довлатова. По легенде, мы собрались в ожидании Сергея, чтобы проводить его в Америку. Мы наняли актера, который по сценарию был другом писателя, он читал стихи. Была такая арт-атмосфера плюс мы купили книги Сергея Довлатова. Алексей Фолкард, директор Музея-квартиры Довлатова, их подписал, и все гости получили эти книги в подарок. Было ощущение, что сейчас Сережа вот-вот зайдет.



ДМИТРИЙ МНОГОЛЕТ

Для традиционного рождественского ужина с индейкой в этом году мы выбрали музыку Фрэнка Синатры. Решили, что просто потанцуем, попоем, вкусно и красиво проводим этот год.

G: Как вы оцениваете уходящий год для своего бизнеса, для гастроиндустрии в целом?

A. P.: В целом год не волшебный, но мы все равно ему благодарны, потому что что ни делается — все к лучшему, этот год нас сделал еще сильнее. Несмотря на закрытие в летний сезон, на который мы все так рассчитывали, у нас работали наши лодки ZAZAZU. Это прогулки по рекам и каналам Петербурга с гастрономическим сопровождением от наших заведений. И спасибо нашим любимым гостям, что они нас поддерживали: переходили в MON CHOUCHOU, пока ZAZAZU был закрыт.

В целом мы достаточно успешно заканчиваем 2025-й. По итогам года оборот в MON CHOUCHOU вырос на 32%. Этот год как будто все изменил, люди ужались в расходах и стали более деликатно тратить деньги. Но мы все живем в таких условиях, и просто продолжаем делать свою работу, не экономя ни на чем.

G: Какими событиями запомнился вам этот год?

A. P.: Недавно мы организовали в Петербурге совместный ужин «Формы чувств» с израильским фуд-дизайнером Лирон Цанхани. Гостям мы предложили иммерсивную инсталляцию из восьми съедобных композиций, каждая представляла собой воплощение различных эмоциональных состояний человека.

Из глобальных событий я бы еще выделила перформанс «Встреча голосов» в рамках выставки «Высоцкий и Шемякин. Созвучие» в Центре Михаила Шемякина. Он сам присутствовал по видеосвязи из своего шато во Франции. На ужине слушали отреставрированные бобины, на которые раньше Шемякин записал Высоцкого. Эти песни никто не слышал в записи, а тут их включили специально для наших гостей.

Очень ярко выглядел ужин-реконструкция, который мы организовывали во дворце великого князя Владимира. Мы полностью повторили их кухню. Еще в этом году при поддержке партнеров Дмитрий провел совместный ужин с Владимиром Познером в ресторане в Переделкино. Там была такая теплая атмосфера: Дмитрий и Владимир делились своими наблюдениями о культуре Франции, рассказывали истории из детства, говорили по-французски и параллельно готовили. Для меня лично Познер — это такая знаковая личность, он живое доказательство того, что журналист — это действительно мощная и серьезная профессия, которая требует погружения и эстетики. Я в детстве мечтала стать журналистом, но мой папа настоял на том, чтобы я пошла на менеджмент и научилась управлять бизнесом.

G: В нашу прошлую встречу вы анонсировали франшизу. Расскажите, как с ней обстоят дела?

A. P.: Да, мы запустили франшизу, ее уже можно найти на нашем сайте. Мы рассматриваем Москву, Екатеринбург, Сочи, любые города-миллионники, где могут быть, в том числе, события на воде. Понимаете, франшиза — это не только про деньги. Человек должен понимать на эмоциональном уровне, что такое ZAZAZU.

G: Как вы поддерживаете сервис в своем заведении?

A. P.: Я считаю, что мозг и креативность человека не может заменить никакой искусственный интеллект и прокачивать надо не копилку искусственного интеллекта, а свою команду. На эмоции, на заботу, на личное общение, на любовь к гостям, на качество работы, чтобы это все было не спустя рукава. Каждый гость, который к вам заходит, должен быть встречен на высоком уровне. Команде я это передаю через личные разговоры, через свой личный пример.

Рестораны — это не только про зарабатывание денег. Так не получится. Не будут к тебе люди возвращаться, если ты не прокачиваешь гостеприимство и любовь. Людей любить надо. Нужно стараться с ними коммуницировать через призму добра.

G: Кажется, что в Петербурге неплохо развиты гастрономия и гостеприимство?

A. P.: Петербург в целом чувствует себя хорошо с точки зрения выбора и разнообразия гастрономии. Но в чем мы отстали, так это в трате денег. В Москве обычный ужин — это 40–50 тыс. рублей. В Петербурге можно поужинать дешевле, только при этом в Москве вы получаете совершенно другое качество услуги. Мне порой становится обидно, что рестораторы как будто недобирают здесь. Что меня действительно огорчает в нашей индустрии, так это когда рестораторы не наряжаются на премьеры, ведут себя порой так, как будто для них это неважно,— происходит обесценивание. А ведь шефы — это новые рок-звезды, мне кажется, надо больше обращать внимание на детали.

G: Какие у вас планы на 2026 год?

A. P.: Выжить. Когда мы в 2019 году открывались, мы все думали, что сейчас будет полегче, но легче не становилось ни разу. Только сложнее и сложнее. То, что было в 2019 году,— это был рай. Но у нас стабильная команда, бизнес растет, есть востребованность. И наши гости остаются с нами, мы это очень ценим. Думаю, 2026-й будет крутой, судьбоносный год. Рынок очистится, и выстрелит у тех, кто закладывался в развитие. ■

ЛИЗИНГОВАЯ ДОЛЯ

РЫНОК ЛИЗИНГА ПРОДОЛЖАЕТ ПРОСЕДАТЬ ПО ВСЕМ КЛЮЧЕВЫМ ПОКАЗАТЕЛЯМ, ЧТО МОЖЕТ ПРИВЕСТИ К СЕРИИ M&A-СДЕЛОК. ОЖИВЛЕНИЕ — РЕАЛИЗАЦИЯ ОТЛОЖЕННОГО СПРОСА — МОЖЕТ ПРОИЗОЙТИ В 2026 ГОДУ, НО ПРИ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКЕ НИЖЕ 12%. НАТАЛИЯ МИРОШНИЧЕНКО («ЛОГИСТИКА, ЛИЗИНГ, ФАКТОРИНГ». №233 ОТ 17.12.2025)

Кризис на рынке лизинга может привести к серии банкротств компаний среднего уровня и сделкам M&A в 2026 году, прогнозирует ряд собеседников «Ъ» в отрасли. Высокая ключевая ставка, проблемы с платежами со стороны лизингополучателей и рост стока автомобилей сделали текущий год для лизинговых компаний максимально непростым, а, как отмечал в интервью «Ъ» управляющий директор ГК «Альфа-Лизинг» Максим Агаджанов,— «возможно, самым трудным за всю историю».

Согласно данным «Ъ» на основе отчетности по РСБУ, совокупная чистая прибыль полутора десятков крупных игроков рынка лизинга по итогам девяти месяцев 2025 года сократилась более чем в три раза, до 14,2 млрд рублей. Лишь три компании показали прирост прибыли: «Альфа-Лизинг» (почти 4 млрд рублей против убытка годом ранее), «ДельтаЛизинг» (рост в два раза, до 3,7 млрд) и «Росагролизинг» (рост в три раза, до 629 млн). Другие крупные лизинговые компании показали резкое снижение прибыли, а четыре компании зафиксировали убытки: ГТЛК (2,2 млрд рублей), «ПСБ Лизинг» (1,6 млрд), ЛК «Эволюция» (1,4 млрд) и «ВТБ Лизинг» (966 млн).

Объем нового бизнеса лизинговых компаний за девять месяцев 2025 года сократился год к году на 47,7%, до 1,38 трлн рублей, следует из данных рейтингового агентства «Эксперт РА». Девять из десяти крупнейших сегментов показали отрицательную динамику. Без учета сделок с техникой, бывшей в употреблении, и возвратного лизинга объемы нового бизнеса не превысили бы отметки в 1,2 трлн рублей.

До конца года, по мнению экспертов, динамика снижения совокупной прибыли сохранится — при поляризации финансовых результатов разных компаний. «Группа устойчивых компаний будет генерировать прибыль, в то время как другая группа, столкнувшаяся со структурными вызовами, останется в зоне убыточности»,— отмечал управляющий директор рейтинговой службы НРА Сергей Гришунин.

По оценке господина Агаджанова, по итогам 2025 года 80% компаний в сегменте автолизинга покажут убыток из-за сформированных — в виде стоков — резервов. Причина сложившейся ситуации со стоками в «условно нулевых — около 5% — авансах», когда китайские грузовики упали в цене и клиенты — сами оказавшиеся в кризисной ситуации под влиянием, в том числе макроэкономических факторов,— поспешили их вернуть.



АНТОН ВЕЛИЖАНИН

СОГЛАСНО ПРОГНОЗУ «ЭКСПЕРТ РА», ОБЪЕМ НОВОГО БИЗНЕСА ЛИЗИНГОВЫХ КОМПАНИЙ В 2025 ГОДУ СОКРАТИТСЯ НА 45%, ДО 1,84 ТРЛН РУБЛЕЙ, А В 2026 ГОДУ ВЫРАСТЕТ ОТНОСИТЕЛЬНО ПРЕДЫДУЩЕГО НА 15–20%, ДО 2,28 ТРЛН

ЗОНА РИСКА Источник «Ъ» на рынке полагает, что банкротства в 2026 году ожидаются среди лизинговых компаний среднего уровня. Впрочем, в большей степени они вероятны среди крупнейших перевозчиков, которые могут за собой потянуть небольшие лизинговые компании без якорных опорных банков или с недостаточным собственным капиталом, добавляет собеседник «Ъ».

Директор по правовым вопросам и работе с проблемными активами ГК «Интерлизинг» Сергей Шишкин отмечает предпосылки для банкротства ряда компаний, не входящих в топ-20. «Высокая концентрация клиентской базы на корпоративных клиентах, отсутствие диверсификации по типу предметов лизинга и отраслям, использование исключительно банковского финансирования при жестких ковенантах в условиях повышенной дефолтности лизингового портфеля в 2025 году, а также неспособность перестроить работу подразделений коллекшена и реализации изъятой техники уже влияют существенным образом на некоторых лизингодателей»,— полагает топ-менеджер. Однако более вероятным сценарием, нежели классическое банкротство, станет продажа подобными лизингодателями лизингового портфеля с существенным дисконтом для покрытия убытков и сворачивания деятельности компании, резюмирует господин Шишкин.

Директор по банковским рейтингам «Эксперт РА» Анатолий Перфильев вторит, что в зоне риска находятся небольшие лизингодатели, которые не готовы продолжать поддерживать бизнес новыми вливаниями, требующимися на развитие инфраструктуры в меняющихся условиях рынка, или которые не имеют дополнительных. Руководитель комитета Объединенной лизинговой ассоциации по автолизингу и спецтехнике Александр Николаенко добавляет, что в зоне риска сейчас находятся компании, которые в начале 2024 года финансировали клиентов с минимальными авансами на длинные сроки и не диверсифицировали свой портфель.

Сложившаяся ситуация является триггером для переоценки стоимости лизинговых компаний, рассуждает директор группы рейтингов финансовых институтов АКРА Сурен Асатуров, что, конечно, создает стимулы к консолидации сектора. «Наибольшему негативному влиянию подвергаются лизинговые организации, вовлеченные в лизинг автомобилей, особенно грузовиков, а также неоднозначные результаты наблюдаются в сегменте специальной строительной техники, включая дорожное строительство»,— считает он. Сглаживает негатив тот факт, что у многих крупных лизинговых компаний есть «подушка безопасности» в лице сильных поддерживающих структур, в основном банковских групп, уточняет эксперт. «Основной интерес к покупкам могут демонстрировать такие лизинговые компании или же их материнские структуры напрямую»,— полагает господин Асатуров.

ПРЕДСТОЯЩАЯ СДЕЛКА В конце ноября стало известно о крупной сделке на рынке лизинга: Альфа-банк договорился о покупке 87,5% акций «Европлана» у ее основного акционера — инвестиционного холдинга SFI (см. «Ъ» от 18 ноября). Сумма сделки составит 65 млрд рублей за 100% акций компании, ее завершение запланировано после закрытия реестра акционеров «Европлана» для выплаты дивидендов за девять месяцев 2025 года, получения корпоративных одобрений и согласия ФАС, отмечалось в сообщении банка.

По словам источников «Ъ», знакомых с ходом переговоров, Альфа-банк был не единственным претендентом на покупку. В переговорах также участвовали Сбербанк, ВТБ, банк «Дом.РФ», Т-Банк. Но Альфа-банк оказался быстрее: на финальный этап сделки компании вышли за пару месяцев, сообщал один из собеседников «Ъ». «Сделка позволит Альфа-банку значительно диверсифицировать лизинговый портфель, нарастить клиентскую базу и удвоить свою долю на рынке лизинга»,— комментировал предстоящую сделку в интервью «Ъ» господин Агаджанов.

ПЕРСПЕКТИВЫ Согласно прогнозу «Эксперт РА», объем нового бизнеса лизинговых компаний в 2025 году сократится на 45%, до 1,84 трлн рублей, а в 2026 году вырастет относительно предыдущего на 15–20%, до 2,28 трлн. Реализация отложенного спроса на фоне поступательного снижения ключевой ставки послужит драйвером рынка лизинга в 2026 году, считают в агентстве. Впрочем, для того, чтобы «бизнес стал оживать», считает господин Николаенко, ключевая ставка должна быть ниже 12%.

На рынок автолизинга в 2026 году, отмечает господин Асатуров, продолжат давить перспективы признания существенных убытков от реализации стоков с дисконтами. «При такой предпосылке лизинговые компании не будут чувствовать уверенность в активном росте портфелей. Изменить картину может более быстрый переход к смягчению операционной среды, стимулирующий оживление экономики, перевозки и стройку, а значит, и спрос на соответствующую технику со стороны лизингополучателей»,— считает он. В результате, продолжает эксперт, лизинговые компании смогут применять менее крупные дисконты при реализации изъятой ранее техники, не говоря уже о появлении возможностей для более здорового роста нового бизнеса.

По мнению Максима Агаджанова, для того чтобы лизинговые компании выходили на прибыль в 2026 году, необходимо, чтобы клиенты выходили из сберегательной позиции в потребительскую. «Тогда цены пойдут вверх и эти убытки (сформированные за счет стока.— **«Ъ»**) могут быть нивелированы в следующем году»,— отмечал топ-менеджер. ■

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)
«Ле Бистро Де Ла Ферм»	Большая Пушкарская ул., 38, лит. А
Ресторан-гостиная «Штакеншнейдер»	Миллионная ул., 10
Ресторан «Сыроварня»	Ковенский пер., 5
«Таверна Гролле»	Большой пр. В. О., 20
«Шаляпин»	Тверская ул., 12/15
Cafe Claret	Марата ул., 11
FermA	Финляндский пр., 1 Синопская наб., 22
Il Lago dei Cigni	Крестовский пр., 21, лит. Б
Le Vernissage	Римского-Корсакова пр., 5–7
Marius	Марата ул., 11
Toscana Grill	наб. канала Грибоедова, 64

КАФЕ

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

ГОСТИНИЦЫ

Апарт-отель ARTSTUDIO M103	Ташкентская ул., 6, к. 2, стр. 1
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 «Особняк Юргенса»	Жуковского ул., 19
Отель «Традиция»	Добролюбова пр., 2
Отель Maria St. Petersburg	наб. реки Мойки, 26
Отель и апартаменты Domina Пулково	Пулковское ш., 14, стр. 7
Официальная гостиница «Эрмитаж»	Правды ул., 10
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
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
SVET hotel	Просвещения пр., 83
The Gamma Hotel	наб. Обводного кан., 130
Trezzini Palace Hotel	Университетская наб., 21

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
Единый Центр Документов	Красного Текстильщика ул., 10/12
Коворкинг JURGENS-PAGE	Жуковского ул., 19
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

В CLOSER СИНЕРГИЯ ОГНЯ И ДИЗАЙНА

В ДОМЕ — ПАМЯТНИКЕ АРХИТЕКТУРЫ СТАЛИНСКОГО НЕОКЛАССИЦИЗМА НА ТАВРИЧЕСКОЙ УЛИЦЕ ОТКРЫЛСЯ РЕСТОРАН CLOSER ОТ КОМАНДЫ SARO: БРЕНД-ШЕФА МАРИИ ДЕМЕНТЬЕВОЙ, СЕО АНДРЕЯ ЕРМИШКИНА И АРТ-ДИРЕКТОРА НАЗАРА КОЛОМИЙЦА. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

На кухне ресторана две печи: дровяная из Италии с открытым огнем и хоспер — закрытая угольная из Испании. Это определяет всю гастрономическую концепцию. Бренд-шеф Мария Дементьева не фокусируется на географии, а выстраивает меню вокруг огня. «Мы решили делать авторскую кухню без привязки к странам и стилям. Все определяет огонь: он влияет и на технику, и на вкус, и даже на подачу,— рассказывает шеф.— Идея с открытым огнем появилась спонтанно, но именно она собрала весь образ Closer воедино».

Меню из девяти разделов компактное и понятное. В разделе «Печь» — картофельный хлеб и лепешки. Хлеб подают с риетом из форели; с икрой и маслом из анчоусов; лепешки — с телячьей икрой и пармезаном; с креветкой и цукини. Из закусок стоит обратить внимание на пирожки с бычьими хвостами и фермерской сметаной или на крокеты из телячьих щек с трюфелем и угольным пармезаном. В разделе «Супы» — только биск с креветками и цукини, зато раздел «Гриль» богат и разнообразен. Тут среди лидеров, пожалуй,— мурманская камбала, белоснежная и сочная внутри, с соусом берблан. Также в этом разделе несколько видов стейков, осьминог и креветки с разыми дополнениями. Интересно, что все десерты, кроме, естественно, мороженого, готовятся также в печи, что придает им тающую во рту текстуру и особый вкус: это блины, которые подают с дульсе де лече или с рикоттой и лаймовой карамелью; чизкейк — с вареньем из маракуйи и даже манго с перцем чили.



РЕСТОРАН CLOSER

За винную карту отвечает шеф-сомелье Ангелина Гайворонская, коктейльная карта разработана шеф-бартендером Еленой Латыповой.

Отдельного внимания заслуживает минималистичный трендовый интерьер от APAA Studio, который можно назвать вневременным. Светильники и мебель в private room для камерных событий и в самом пространстве ресторана с пятиметровыми окнами в пол — это оригинальные объекты от известных итальянских галерей и культовых дизайнеров; столовая и кухонная посуда — авторитетных мировых брендов. ■

НОВЫЙ СЕЗОН FRANTSUZA BISTROT

В РЕСТОРАНЕ СОВРЕМЕННОЙ ФРАНЦУЗСКОЙ КУХНИ FRANTSUZA BISTROT ПОЯВИЛИСЬ НОВЫЕ ИНТЕРЕСНЫЕ БЛЮДА ОТ ШЕФ-ПОВАРА ИВАНА ФРОЛУХИНА. МЕНЮ СОСТАВЛЕНО КАК ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ ОТ ЯРКИХ СОЧЕТАНИЙ К БОЛЕЕ ГЛУБОКИМ И НАСЫЩЕННЫМ ВКУСАМ. АЛЬБИНА САМОЙЛОВА



РЕСТОРАН FRANTSUZA

ТАПАС С ГЛУБОКОВОДНЫМИ КРЕВЕТКАМИ КАРАБИНЕРОС И ПЕЧЕНЫМ ПЕРЦЕМ РАМИРО

Все 11 новых блюд демонстрируют авторское прочтение французской кухни. В начале «маршрута» — салат с лососем горячего копчения, дополненный томатами, цукини, перцами рамиро и вареным яйцом. Завершает эту композицию сливочный крем из форели, придающий блюду бархатную текстуру и легкий дымный оттенок. Дальше — тапас с карабинерос и печеным рамиро. На хрустящем тартине — карабинерос, глубоководные креветки, которые шеф предлагает есть почти сырыми и немного подмаринованными. Вторая закуска — террин из форели и копченого лосося, в котором соединяются сливочность соуса дзадзики, аромат шнитт-лука и мягкая текстура рыбы, что создает своеобразный «букет» вкусов и ощущений.

Горячие блюда обладают более плотными вкусами. Шеф советует обратить на отварной язык — он подается с печеным и обжаренным сельдереем, пюре из пастернака, квасным суслом и шнитт-луком. Бедро цыпленка с листьями ромейна и оливковым соусом — еще одно блюдо в стиле comfort food. Цыпленок сервируется пюре из горошка, обжаренными листьями салата ромейн и насыщенным мясным соусом. Среди десертов выделяются печеные яблоки с ванильным кремом и йогуртовым сорбетом: запеченные яблоки карамелизуются в меде со сливочным маслом, ванилью и финиками, дополняются бисквитом, заварным ванильным кремом и йогуртовым сорбетом с соленой карамелью и тертым орехом пекан. ■

НОВОСТИ И ХИТЫ В OGGI BISTRO

В РЕСТОРАНЕ OGGI BISTRO ОТ ГРУППЫ DUO BAND НА ОСТРОВЕ НОВАЯ ГОЛЛАНДИЯ — МАСШТАБНОЕ ОБНОВЛЕНИЕ: СРАЗУ ДЕСЯТЬ НОВЫХ БЛЮД И ДВА СОГРЕВАЮЩИХ НАПИТКА. АЛЬБИНА САМОЙЛОВА

На первых ролях здесь итальянская классика. Особая рекомендация бренд-шефа Андрея Ковалева — жареная мортаделла с соусом пармезан на картофельном пюре. Также среди горячих новинок — креветки «пиль-пиль» с соусом из укропа и чеснока. Это забавное название, давно и неизвестно кем придуманное, имитирует булькающий звук раскаленного масла при приготовлении блюда. Основные позиции теперь дополняет томленая говяжья щека: ее глазируют в демигласе с трюфельной пастой и подают на картофельном пюре. Стоит попробовать спагетти с пармской ветчиной и томатным соусом, каперсами и оливками.

В меню возвращаются хиты, но с некоторыми изменениями. Бурната, например, представлена в двух вариациях: классической — с томатами, соусом песто из вяленых томатов и свит-чили, и авторской — как сопровождение к пенне с соусом из печеных перцев.



РЕСТОРАН OGGI

ЖАРЕНАЯ МОРТАДЕЛЛА С СОУСОМ ПАРМЕЗАН НА КАРТОФЕЛЬНОМ ПЮРЕ

В барном меню появились два новых чая. Один — на основе жасминового с добавлением пюре клубники, смородины и малины; при подаче его украшают сублимированные ягоды: черника, брусника, клубника и малина. Другой чай — с ромашкой, манго и лаймом — подается со слайсом апельсина и сублимированным манго. ■

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (выпуск Северо-Запад, Guide «Лидеры бизнеса»)

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
Мария Кузнецова — выпускающий редактор
Марина Шевченко — корректор
Мария Громова — верстка
Мария Кузнецова — отдел спецпроектов
Марина Победенная — рекламная служба

Адрес редакции и издателя: 127006, г. Москва, Оружейный пер., д. 41. 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+

Иллюстрация на обложке: Freepik

ПОПАСТЬ В «СОН» СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ

ЭТО ОЧЕНЬ ПЕТЕРБУРГСКОЕ ЗАВЕДЕНИЕ — РЕСТОРАН И БАР «СОН» ОТ КОМАНДЫ BARPROFI И ЕЕ ОСНОВАТЕЛЯ АЛЕКСЕЯ МОЧНОВА. ЕЩЕ ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ОКАЗАТЬСЯ ВО «СНЕ», ПОТОМУ ЧТО, ПО НЕКОТОРЫМ ОЦЕНКАМ, ИСТОРИЧЕСКОЕ ЗДАНИЕ В КИРПИЧНОМ ПЕРЕУЛКЕ СКОРО ПЕРЕПРОФИЛИРУЮТ. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА



РЕСТОРАН «СОН»

Алексей Мочнов — человек в Петербурге известный. Он более 28 лет работает в ресторанном бизнесе и за это время дал жизнь сотне проектов. А в прошлом он — титулованный бармен и призер барменских чемпионатов мира, Европы и России. После старта московского «Сна Менделеева» Алексей открыл «Сон» в своем родном городе. Для питерского проекта он создал авторскую коктейльную карту и интересную винную подборку. Ко всему этому дополнением выступают блюда comfort food. Кухню ставили московские бренд-шефы Сергей Сущенко и Александр Стахеев (Sempre, Muntera, Chado BB, Architector Bar), также приложил руку известный повар Павел Филин.

Меню состоит из семи разделов. Из закусок интересен оливье с креветкой и икрой или с томленым языком, а в разделе «Рыба и морепродукты» стоит продегустировать угря с соусом из сморчков, черным трюфелем и рисом, в разделе «Мясо и овощи» заслуживает внимания филе миньон с французским пюре, вешенками и соусом из красного вина. Кстати, в ресторане «Сон» нет официантов: гостей обслуживают бармены и сомелье, что подчеркивает концепцию и направленность заведения.

Интерьером занимались Борис Львовский и его дизайнерское бюро DA (кластер «Третье место», рестораны Birch, Bio My Bio, Cococo Bistro). Здесь господствуют теплые оттенки обнаженной кирпичной кладки, в интерьере — дизайнерская мебель, постеры, артобъекты, что, впрочем, не нарушает эстетику уютного петербургского минимализма. ■

CHANG ВОКРУГ ИКРЫ

БАНОЧКА С КРАСНОЙ ИКРОЙ — ПОЖАЛУЙ, ТАКАЯ ЖЕ НОВОГОДНЯЯ СКРЕПА, КАК И САЛАТ ОЛИВЬЕ. ДЕНИС ПРОХОРОВ, БРЕНД-ШЕФ РЕСТОРАНА CHANG ОТ CHE GROUP, И ШЕФ-ПОВАР АНТОН КОЗЛОВ СОЗДАЛИ МЕНЮ С АЗИАТСКИМ АКЦЕНТОМ, ДОБАВИВ В НЕГО РАЗНЫЕ ВАРИАНТЫ С ГЛАВНЫМ ПРАЗДНИЧНЫМ ДЕЛИКАТЕСОМ. АЛЬБИНА САМОЙЛОВА

Все пять позиций новогоднего меню имеют в качестве дополнения отборную красную икру. Яркий акцент появился на татаки суши из мраморной говядины, которые слегка обжигают и подают с рисом, заправкой сушидзу и со сладковатым луковым мармеладом. Также есть икра и в сашими — тандеме свежего лосося с соусом халапеньо на основе чили, шпината и чеснока. Слегка обожженный гребешок подают в мисо-сливочном соусе с микрозеленью и опять-таки с ложкой красной икры. Также праздничный ингредиент добавили к начинке для ролла, который назвали «Крабовый салат — 2026», с камчатским крабом, зеленым омлетом, кукурузой и унаги.

В качестве десерта шеф-кондитер Антон Багат придумал оригинальную сладкую интерпретацию бутерброда с маслом и икрой: шоколадный брауни с малиновой «икрой» и соусом англез.

Новогоднее меню в Chang действует до конца январских праздников. ■



РЕСТОРАН CHANG

ЦЕРЕМОНИЯ С ПРАЗДНИЧНЫМ АКЦЕНТОМ

ГЛАВНЫЙ РИТУАЛ «ЧАЙНОЙ ГОСТИНОЙ» ОТЕЛЯ FOUR SEASONS LION PALACE ST. PETERSBURG СТАЛ БЛИЖЕ К РОЖДЕСТВУ И НОВОМУ ГОДУ. НАТАЛЬЯ ЧЕРНЯЕВА



FOUR SEASONS LION PALACE ST. PETERSBURG

В эти дни шеф-кондитер Вячеслав Кучеренко и шеф-повар Марина Пугина готовят новые праздничные закуски и десерты для традиционной чайной церемонии. Она сервируется на двух гостей, и на этажерке выкладывается ассорти закусок в двойном экземпляре. В меню — блины с красной икрой, мини-сконы (классические английские булочки), тарталетка с тартаром из телятины, фуа-гра с хурмой, бриошь с лососем. Также появились десерты ручной работы: эклер «Имбирный пряник», макарон «Кир Рояль», муссовые фигурки «Олень» с маракуйей и «Поезд» с клубникой.

Событием стал запуск сладкого бутика с рождественскими хитами в причудливых формах. Например, «Рождественский экспресс» — это кондитерское полено в виде локомотива. В его основе — мусс из молочного шоколада, малиновое желе, ванильный крем и фисташковый бисквит. А полено «Щелкунчик» — с цитрусовым кремом и грушево-кардамоновой начинкой в сочетании с муссом из белого шоколада. В качестве традиционной классики создан «Зимний торт» с кофейным бисквитом, грушевым компоте и кремом на основе чая «Эрл Грей».

Фирменное праздничное угощение и бессменный сезонный бестселлер — кулиттоне: эта выпечка соединяет в себе черты итальянского панеттоне и русского кулича. Дополняют десертную панораму шоколадная елка из шариков, снеговик с драже, шоколад ручной работы с орехами и другие сладости. ■

16+ реклама kommersant.ru

Коммерсантъ Северо-Запад

НОВОСТИ | ПОЛИТИКА | ФИНАНСЫ | КУЛЬТУРА | СПОРТ

Присоединяйтесь к специальной программе
«„Коммерсантъ“ для коммерсантов»!
Предоставьте VIP-сервис для ваших клиентов —
доступ к оперативной и актуальной информации
во время отдыха, ожидания, бизнес-ланча

→

Воспользуйтесь уникальными преимуществами партнера ИД «Коммерсантъ»:

- доставка газеты от 5 экземпляров по специальной цене
- информационная поддержка партнеров в газете, на сайте и социальных сетях

→

Свяжитесь с нами по телефону 8 800 600 0556 (звонок по РФ бесплатный) или электронной почте podpiska@kommersant.ru, чтобы:

- получить подробную информацию о сотрудничестве
- заказать образцы газеты
- оформить пробную бесплатную доставку

