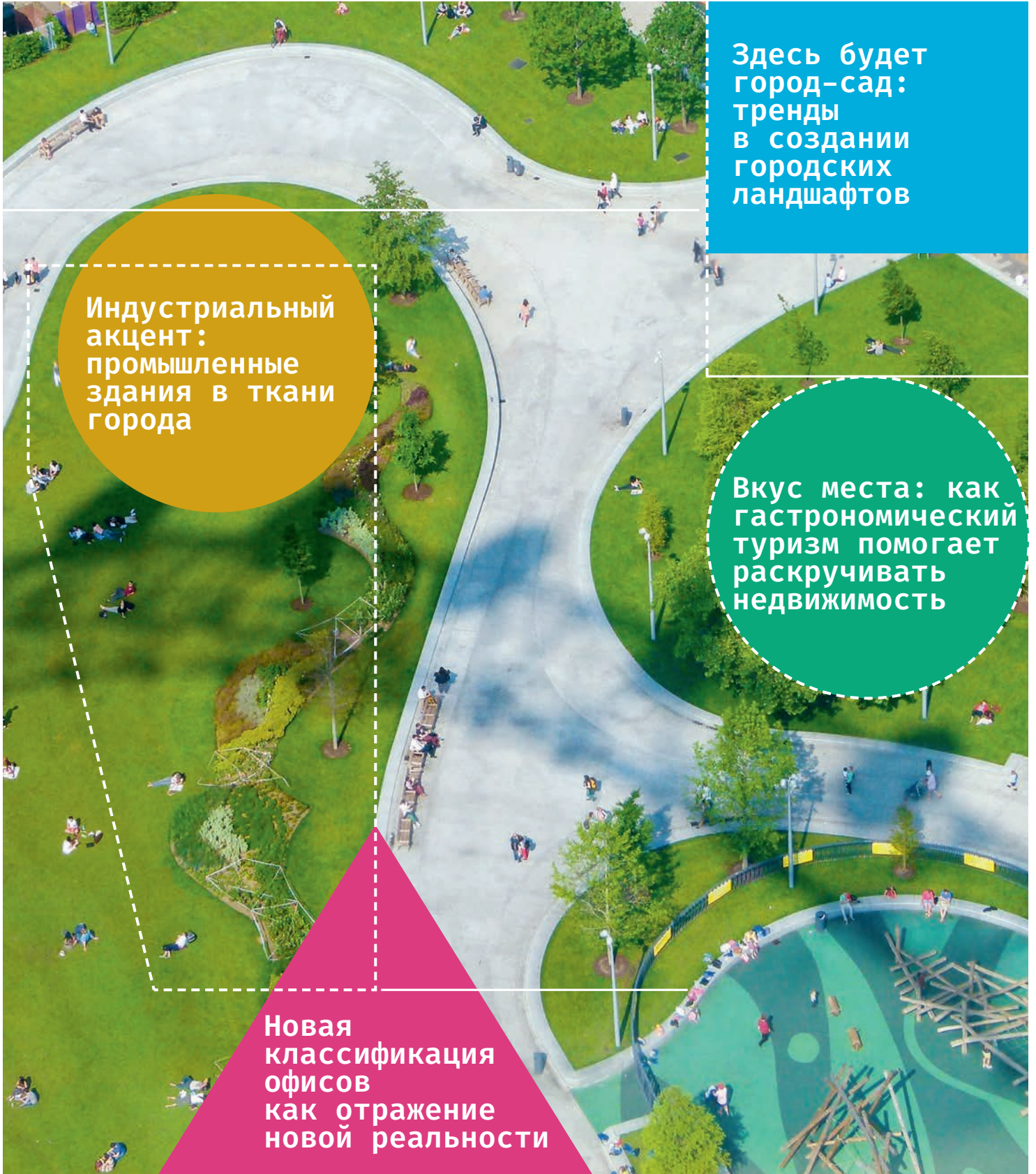


Forbes REAL ESTATE

ЛЕТО 2024



Здесь будет
город-сад:
тренды
в создании
городских
ландшафтов

Индустриальный
акцент:
промышленные
здания в ткани
города

Вкус места: как
гастрономический
туризм помогает
раскрывать
недвижимость

Новая
классификация
офисов
как отражение
новой реальности

А

Абдуллаев Тимур 42
 Агентство развития
 Мончегорска 42
 Агентство стратегического
 развития «ЦЕНТР» 62
 Айкарафт 68
 Алексеев Денис 45
 Афанасьева Дарья 56
 Афанасьева Полина 50
 Ахмедзянов Станислав 48, 68

Б

Баранов Сергей 50
 Барбашев Павел 50
 Батынкова Екатерина 34, 60
 Бачинина Александра 45
 БЕСТ-Новострой 18
 Болдырева Мария 68
 Борисов Анатолий 65
 Борисова Екатерина 26
 Бродников Михаил 34
 Будкова Дарья 42
 БЭЛ Девелопмент, ГК 45

В-Г

Валынкин Сергей 68
 Васильев Дмитрий 56
 Васильева Виктория 50
 Вишняков Дмитрий 50
 Волжский трубный завод 68
 Гавриш Юлия 62
 Галс-Девелопмент, ГК 34,
 38, 60
 Гебелев Артем 32
 Гендельсман Александр 54
 Генпро 65
 Георгиевский Сергей 62
 ГлавАПУ, ГБУ 65
 Горенский Алексей 56
 Гражданская инженерия 62
 Григорьев Василий 50
 Гута-Девелопмент 26

Д-И

Дедков Артем 65
 Дивеева Оксана 38, 45
 Дивина Татьяна 50
 Доброхотова Ирина 18
 Долгов Максим 42
 Долгов Михаил 60
 ДОМ.РФ 18, 30
 Ендриховская Анна 62
 Жуков Валерий 68
 Зеленов Евгений 65
 Зыбляя Ольга 26, 45
 Иванов Петр 62
 Ильяхина Елизавета 48
 Илья Мочалов и Партнеры 35
 Иначе 62
 Инвест Строй 26

К-Л

Киселев Арсений 42
 Коломенский посад 56
 Колченко Олег 45
 Комиссарова Елена 45
 Конобеевский Антон 26
 Коренков Иван 42
 Коротких Алексей 34
 Крупнова Мария 62
 Крючков Глеб 45
 Кузнецов Сергей 65
 Кургузов Максим 72
 Ла Спада Алессандро 72
 Ларина Анна 22
 Леонтьев Светлана 62
 Ломтева Екатерина 22
 Лукинов Валерий 60

М-Н

Магилина Ольга 60
 Манцони Маурицио 72
 Масталерж Наталья 42
 Метриум 68
 Метриум премиум 26, 65
 Микели Симоне 72
 Монзе 54
 Мочалов Илья 35
 Мошева Ирина 22, 42
 Мурмуридис Анна 65
 Муфазданов Раиль 54
 Недря Кристина 48, 53
 Никитина Наталья 56
 Николаева Мария 65
 Новалур 42
 Ногай Екатерина 50

О-Р

Озеров Станислав 56
 Ойнас Дмитрий 56
 Олефир Надежда 72
 Орландини Авруцкая
 Ирина 56
 Осецкая Татьяна 68
 Основа, ГК 45
 Остин Дарья 45
 Охупкин Иван 35, 41, 42
 Панина Ольга 38
 Паринос Дмитрий 54
 Позин Павел 22
 Попов Алексей 60
 Пятёрочка 62
 Работа.ру 48
 Раджабова Анна 26, 65
 Ремонт со СберУслугами 48
 Репченко Олег 34
 Рождественская Ирина 38
 Романов Андрей 65

С-Т

САБСТАНЦИЯ 35
 Садыгов Виктор 62

Сафарова Гульнара 35, 42
 Сидоров Алексей 45
 Смирнова Елена 45
 Собакин город 32
 СПИЧ 65
 Стариков Александр 42, 65
 Стилибат, ГК 26
 Сырцов Руслан 68
 Тапинасси Роберто 72
 Тарасов Андрей 48
 Тимохин Александр 54
 Тихонов Владимир 68
 Толстиков Андрей 68
 Трубная металлургическая
 компания 68
 Труханов Сергей 68

У-Я

Усенко Марина 54
 Фролов Илья 45
 Хадина Марина 48
 Халин Дмитрий 26, 68
 Хуснуллин Марат 42
 Циан-Аналитика 60
 Чагина Сабина 35
 Четвериков Сергей 68
 Ченов Игорь 65
 Чуев Михаил 45
 Чумалов Алексей 26
 Шаблевич Мария 72
 Шапиро Олег 68
 Широкова Ольга 50
 Шнурко Александр 54
 Щербак Роман 48
 Яндекс 68
 Яндекс Ultima 45

А-Z

ADM 65
 AFI Development 50
 APEX 62
 Archinform 42
 Basis 35, 41, 42
 Bellini group 56
 BLANK 68
 bnMAP.pro 18
 Borisov Architects 65
 Bork 45
 C&U 45
 Capital Group 26, 38, 45
 Casarte 76
 Castello Lagravinese 72
 CMWP 50, 54
 Cohn & Wolfe 72
 Cometodeema 62
 CORE.XP 42, 48, 50, 54
 DA 42
 Designbypanina studio 38
 Dominanta 26
 Engeo Development 26

Equilibrium 45
 Fact.MR 72
 First Concierge 45
 Giorgio Collection 72
 Grether & Wells Exclusive 72
 hh.ru 48
 HOST 45
 IBC Global 48, 68
 IBC Real Estate 50
 Instone Development 68
 Intermark Городская
 недвижимость 26, 68
 Intermark Global 22, 42
 IRN.ru 34, 56
 Kalinka 60
 Kalinka Ecosystem 86
 LavkaLavka 56
 Like4Like 56
 MAD Architects 65
 Marketing Logic 18
 Miji Group 38
 MOSS Hospitality 62
 NF Group 22, 48, 50, 60
 Nika Estate 62
 Nikoliers 50, 65
 NOWADAYS office 42
 O1 Properties 50
 Osetskaya.Salov 68
 Ostrovok.ru 54
 Owl Labs 48
 Palladio Group 26
 Praedium 48
 Pridex 48, 50
 R4S Group 24
 Rariteco 26
 Ricci 22
 Samsung Electronics 76
 Sincura Russia 45
 Space 1 34
 Statista 76
 Stenoy 45
 STONE 48, 50, 53
 Studio MEMO 72
 Swarovski 72
 Syntaxis 42, 65
 T+T Architect 68
 Talantix 48
 Tranio 22
 UNK landscape 35, 42
 VÄRD 76
 Vesper 24
 Villagio Estate 38, 45
 Villagio Realty 34
 Visionnaire 72
 Vos'hod 24
 Wainbridge 26
 West Wind Group 48
 Wild Team 68
 Wowhaus 68
 ZONT Hotel Group 54



Когда-то место, идеально подходящее для человека, выглядело как сад. Но с течением времени идеальным стали считать уже не сад, а город, который философы древности называли самой сложной и одновременно самой совершенной формой человеческого общежития. С тех самых пор люди каждой эпохи пытаются нарисовать в мечтах свой совершенный город и создать его земное воплощение.

Наши современники — не исключение и тоже находятся в поиске города-абсолюта. Такого, в котором комфортно и уютно всем — взрослым и детям, офисным сотрудникам и свободным художникам, постоянным жителям и гостям, приехавшим на несколько дней, домашним питомцам и растениям, которых судьба сделала частью городского ландшафта. Такого, которому одинаково дороги исторические особняки и современные небоскребы, здания бывших фабрик и стройплощадки будущих гостиниц. Такого, для которого определение «город-сад» — просто констатация всем очевидного факта.

В этом номере журнала мы дали слово профессионалам, создающим идеальный город, и тем, для кого он создается. Возможно, в их диалогах и спорах родится какая-то новая истина нашего поколения.

ВАЛЕРИЯ МОЗГАНОВА,
приглашенный шеф-редактор
Forbes Real Estate

НАД ПРОЕКТОМ РАБОТАЛИ:

ШЕФ-РЕДАКТОР: ВАЛЕРИЯ МОЗГАНОВА

РЕДАКТОРЫ: ЕЛЕНА НИКИТИНА,
ИРИНА ТЕЛИЦЫНА

АРТ-ДИРЕКТОР: ДАРИЯ КОЛЬЧЕНКО

ТЕКСТЫ: ИРИНА МАЛЮКОВА,
ЮЛИЯ ГАВРИШ, ОКСАНА САМБОРСКАЯ,
ИРИНА ИВАНЕНКО,
УЛЬЯНА МОРОЗОВА,
ЕЛЕНА ВИНОГРАДОВА,
АННА ДЕМЧИКОВА, ЮЛИЯ ПИЛИПЕЙКО,
КАРИНА МЕЛКУМЯН

КОРРЕКТОР: ИРИНА БОРИСОВА

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ: АО «АС РУС МЕДИА»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР: МАРИНА МАТЫЦИНА

ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР: ДЕНИС КОШКИН

КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ FORBES:

ЕКАТЕРИНА БУХТИЯРОВА, BUKHTIYAROVA@FORBES.RU

РУКОВОДИТЕЛЬ СЕГМЕНТОВ НЕДВИЖИМОСТИ И ТЭК:

ИВАН ПОТОПАХИН, potopakhin@forbes.ru

РУКОВОДИТЕЛЬ НАПРАВЛЕНИЯ «ИТ, ТЕХНИКА, ТЕЛЕКОМ»:

ДАРЬЯ БУДАЕВА, nikolaeva@forbes.ru

МЕНЕДЖЕР ПО РЕКЛАМЕ СЕГМЕНТА НЕДВИЖИМОСТЬ:

МАРИЯ АФАНАСЬЕВА, afanaseva@forbes.ru

ДИРЕКТОР ПО СПЕЦПРОЕКТАМ:

ИРИНА ТЕЛИЦЫНА, telitsyna@forbes.ru

ДИРЕКТОР ПО ПРОИЗВОДСТВУ: ОЛЕГ НОВИКОВ

ДОПЕЧАТНАЯ ПОДГОТОВКА: СЕРГЕЙ ЦИМАН

ПРОВЕРКА РЕКЛАМНЫХ МАКЕТОВ: АНАСТАСИЯ БЕЗДЕНЕЖНЫХ

РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА ДИСТРИБУЦИИ: ЛЮДМИЛА ШВЕЦ

ЮРИДИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ: ИРИНА БЕЛЯЕВА

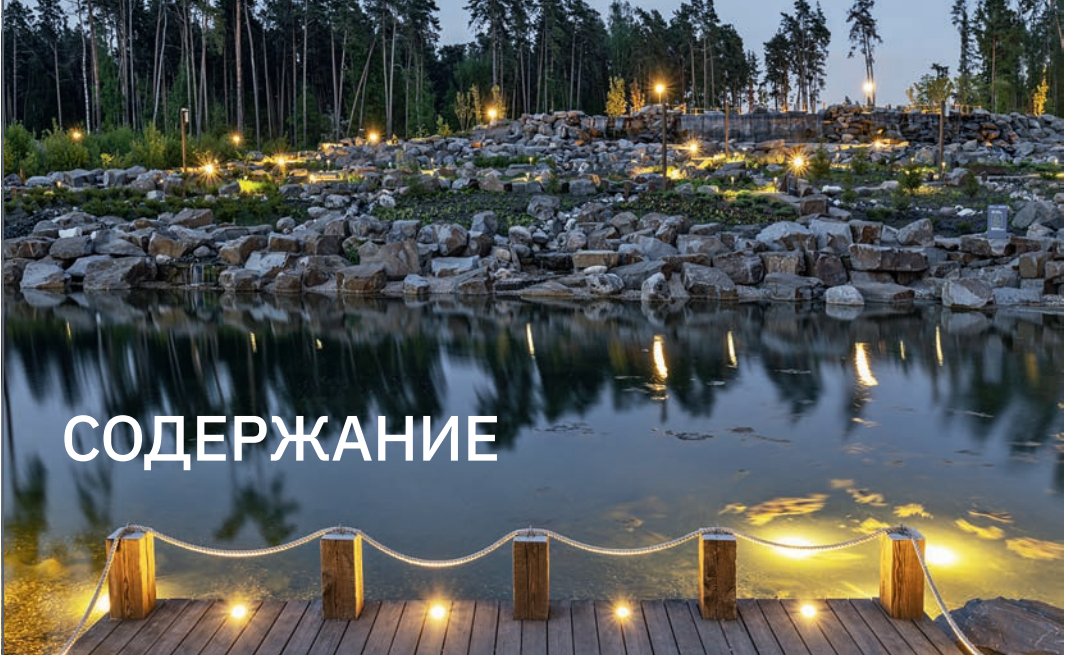
ИЗДАНИЕ FORBES REAL ESTATE ЗАРЕГИСТРИРОВАНО
В ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБЕ ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ СВЯЗИ,
ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ.
СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
ПИ № ФС 77-84916

ТИРАЖ: 70 000 ЭКЗЕМПЛЯРОВ

ОПЕЧАТАНО: ПЕРВЫЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ КОМБИНАТ, 143405,
МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ, КРАСНОГОРСКИЙ Р-Н, П/О КРАСНОГОРСК-5,
ИЛЬИНСКОЕ ШОССЕ, 4-Й КМ

АДРЕС РЕДАКЦИИ, УЧРЕДИТЕЛЯ

И ИЗДАТЕЛЯ: МОСКВА,
2-Я ЗВЕНИГОРОДСКАЯ УЛ., Д. 13, СТР. 15, 5-Й ЭТАЖ.
ТЕЛ.: +7 495 565 32 06



СОДЕРЖАНИЕ



ТРЕНДЫ

ТРАВА У ДОМА
КАКИЕ ГОРОДА САМЫЕ ЗЕЛЕНЫЕ И КАК СВЯЗАНА
СТЕПЕНЬ «ЗЕЛЕНОСТИ» С ЦЕНАМИ НА ЖИЛЬЕ16

«КУПЛЮ ОСТРОВ ДЛЯ ЖЕНЫ. ДОРОГО»
ЭКСТРАВАГАНТНЫЕ ЗАПРОСЫ НА ЗАРУБЕЖНУЮ НЕДВИЖИМОСТЬ
НИКУДА НЕ ДЕЛИСЬ. РАССКАЗЫВАЕМ, КАК НЕОБЫЧНО РОССИЯНЕ
ВКЛАДЫВАЮТ ДЕНЬГИ И ПОЧЕМУ КАТАР — НОВЫЙ ДУБАЙ20

ТИХИЕ ПРОДАЖИ
КАК ДЕВЕЛОПЕРЫ «ПРОЩУПЫВАЮТ» ЦЕНУ НА СТАРТЕ ПРОЕКТА,
ЗАЧЕМ ОТКАЗЫВАЮТ КЛИЕНТАМ И НАГНЕТАЮТ АТМОСФЕРУ
ТАИНСТВЕННОСТИ.....24

МОЛОДЫЕ СЕМЬИ
ЧТО НОВОГО О МОЛОДЫХ СЕМЬЯХ И НЕДВИЖИМОСТИ МОЖНО
УЗНАТЬ ИЗ СОВМЕСТНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ВЦИОМ И ДОМ.РФ.....28

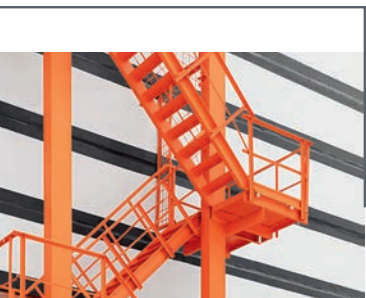
ЖИЗНЬ С СОБАКОЙ
ЧТО МЕНЯЕТСЯ В ОТНОШЕНИИ ПЛОЩАДОК ДЛЯ ВЫГУЛА
ДОМАШНИХ ПИТОМЦЕВ СЕГОДНЯ?30

ТЕМА НОМЕРА/ ЖИЛАЯ

ОБЩЕЕ МЕСТО
НОВЫЕ ТРЕНДЫ В СОЗДАНИИ ГОРОДСКИХ ЛАНДШАФТОВ ВО МНОГОМ
ЯВЛЯЮТСЯ ОБЩЕМИРОВЫМИ, НО ИМЕННО ЛОКАЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ
ДАЮТ ИМ УНИКАЛЬНОСТЬ — И ЛЮБОВЬ МЕСТНЫХ ЖИТЕЛЕЙ.....35

САМЫЙ ЦВЕТ
ПОЧЕМУ ДЕВЕЛОПЕРЫ ВСЕ БОЛЬШЕ ДУМАЮТ
О ЛАНДШАФТНОМ ДИЗАЙНЕ И СОЗДАЮТ ЦЕЛЫЕ САДЫ
В МЕГАПОЛИСЕ И ОТДЕЛЬНЫХ ЖК38

ВО БЛАГО
СОЗДАНИЕ КОМФОРТНОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ
И ГРАМОТНОЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ
МЕНЯЕТ ГОРОДА. И ГОРОЖАН42



ЖИЛАЯ

ДЕРЖАТЕЛИ УРОВНЯ
ЭЛИТНЫЙ ДОМ ТРЕБУЕТ СООТВЕТСТВУЮЩЕГО ОБСЛУЖИВАНИЯ,
А ЕГО ОБИТАТЕЛИ – ОСОБОГО ВНИМАНИЯ. ЧЕМ ОТВЕЧАЮТ
УК ПРЕМИАЛЬНОГО И ЭЛИТНОГО СЕГМЕНТОВ?45

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

ЭФФЕКТ ГИБРИДА
МНОГИЕ МИРОВЫЕ КОМПАНИИ СТОЛКНУЛИСЬ С ОТКАЗОМ РАБОТАВШИХ
УДАЛЕННО СОТРУДНИКОВ ВОЗВРАЩАТЬСЯ В ОФИС. КАК ПОЯВЛЕНИЕ
НОВЫХ ФОРМАТОВ РАБОТЫ ВЛИЯЕТ НА РЫНОК ОФИСОВ.....48

РОЖДЕНИЕ СВЕРХНОВОЙ
ЗАЧЕМ НУЖНО БЫЛО ИЗМЕНЕНИЕ ОФИСНОЙ КЛАССИФИКАЦИИ
И ЧЕМ ОНА ПРИНЦИПИАЛЬНО ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ ПРЕЖНИХ50

ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ ПО СТАНДАРТУ
КАКИМ ХОТЯТ ВИДЕТЬ ОТЕЛЬНЫЙ СЕРВИС ПОСТОЯЛЬЦЫ
СОВРЕМЕННЫХ ГОСТИНИЦ В МОСКВЕ54

ДЕВЕЛОПМЕНТ СО ВКУСОМ
ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ СПОСОБЕН ПРЕВРАТИТЬ ДЕПРЕССИВНУЮ
ТЕРРИТОРИЮ В МОДНЫЙ КУРОРТ, А МЕСТО СО ВКУСНОЙ ЕДОЙ МОЖЕТ
ПОВЫСИТЬ ЦЕНУ ЛЮБОЙ НЕДВИЖИМОСТИ РЯДОМ56

ЗАГОРОДНАЯ

«ЮРА, МЫ ВСЕ ПРОВАЛИЛИ»
БОЛЕВЫЕ ТОЧКИ ЗАГОРОДНЫХ ПРОЕКТОВ ИЗВЕСТНЫ
ДАЖЕ ДИЛЕТАНТУ, НО ОНИ ПО-ПРЕЖНЕМУ ЛИДИРУЮТ
В ПРИЧИНАХ ПРОВАЛА ПРОДАЖ60

УРБАНИСТИКА

ГОСТИ И ХОЗЯЕВА
ЕСТЬ ЛИ СПОСОБЫ СОХРАНЯТЬ ПОПУЛЯРНЫЕ У ТУРИСТОВ РАЙОНЫ
КОМФОРТНЫМИ И ДЛЯ ГОСТЕЙ, И ДЛЯ МЕСТНЫХ?62

ЭКЛЕКТИКА НЕ ГРЕХ
КАК ФОРМИРУЕТСЯ НОВАЯ ТИПОЛОГИЯ ГОРОДСКОЙ ЗАСТРОЙКИ65

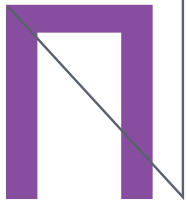
НЕ ПОРТЯТ ПЕЙЗАЖ
ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ЗДАНИЯ ВОЗВРАЩАЮТСЯ В СОВРЕМЕННЫЙ
ГОРОД И СТАНОВЯТСЯ ЗНАЧИМОЙ ЧАСТЬЮ ЕГО ВИЗУАЛЬНОЙ
СРЕДЫ. ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИСХОДИТ?.....68

ДИЗАЙН

ПЕРСОНАЛЬНО ДЛЯ ВАС
ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРОВ СЕЙЧАС НЕ ТАК КАТЕГОРИЧЕН,
КАК 20 ЛЕТ НАЗАД, И В РАВНОЙ СТЕПЕНИ ОРИЕНТИРУЕТСЯ
НА ВИЗУАЛЬНЫЕ КОДЫ, СОЦИАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ И ТЕХНОЛОГИИ72

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ
ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ИНТЕГРИРУЕТСЯ В ДОМА
САМЫМИ РАЗНЫМИ ПУТЯМИ – ЧЕРЕЗ КОФЕМАШИНЫ,
ПЫЛЕСОСЫ ИЛИ ВАРОЧНЫЕ ПЛИТЫ76

ТРАВА У ДОМА



По данным ДОМ.РФ, жилищное строительство развивается по стране плюс-минус равномерно, строить в ближайшей перспективе будут больше. Портфель многоквартирного жилья в стадии строительства в России достиг 108,1 млн кв. м, обновив максимум 2019 года (107,5 млн кв. м).

Последние несколько лет застройщики уделяют внимание не только качеству самих зданий, но и озеленению и благоустройству: ландшафтный дизайн становится важной составляющей проектов. Но в целом число новыхстроек, цены на жилье и обилие зелени в городах если и коррелируют между собой, то, скорее, случайно. Летом 2022 года Marketing Logic на основе открытых данных и геоинформационных технологий составила рейтинг самых зеленых российских городов с населением от 50 000 жителей. Исследовалась доля зеленых насаждений, включая парки и скверы, национальные парки, леса, сады, расположенные на территории городов. Список возглавляет город-курорт Сочи с площадью лесов и парков почти 90%, а замыкает Астрахань, где доля зеленых зон — 5% от общей площади города.

Как отмечали в Marketing Logic, близость парков и лесопарков — один из ключевых показателей городского экологического благополучия, на который смотрят жители и покупатели недвижимости, инвесторы и застройщики. Летом 2024 года аналитики компании по просьбе Forbes Real Estate перепроверили данные — картина практически не изменилась.

Москва с 29% площади, занятой парками и лесопарками, не вошла ни в число лидеров, ни в список наименее зеленых мегаполисов. И на позиции самого дорогого города РФ по цене за квадратный метр нового жилья столицу теснит

Сочи — город самый зеленый и самый дорогой. И с внушительными объемами строительства — спрос есть даже при таком ценнике, отмечает **Ирина Доброхотова**, основатель «БЕСТ-Новострой» и bnMAP.pro. «Но не стоит однозначно утверждать, что именно обилие парков и лесов в черте города является основным драйвером цены», — уточняет она. Тут играет роль сочетание многих факторов: море и горы, многолетние курортные традиции, аэропорт (который формирует прямой трафик из других регионов), насыщенная инфраструктура, в том числе спортивная, отсутствие вредных производств и богатство природы субтропиков.

Новороссийск на том же Черноморском побережье для постоянного проживания менее привлекателен, чем Сочи: здесь сосредоточены ряд производств, Черноморский флот. Однако и в Новороссийске есть постоянный внутренний миграционный приток населения, пусть и в меньших объемах, чем в курортных зонах.

Во Владивостоке, расположенном на берегу Японского моря в умеренном морском климате, много зелени и много новостроек в продаже, отмечают в bnMAP.pro. Столица ДФО — крупнейший порт, логистический центр, поэтому сюда также направлены внутренние миграционные потоки. Наряду с локальными покупателями «мигранты» формируют спрос на первичное жилье. Также спрос поддерживает дальневосточная ипотека.

Ирина Доброхотова называет города Подмосковья, вошедшие в топ-10 самых зеленых, «довольно старыми, с традиционно высокой долей парков». Но новостроек здесь мало: Подмосковье, даже дальше, в основном ориентировано на Москву, куда идет отток кадров и населения, поэтому часто в подмосковных городах локальный спрос небольшой, а приток внутренней миграции минимальный. «Наличие зелени, конечно, делает город уютным и приятным для жизни, но не является фактором, который в одиночку способен создать постоянный мощный спрос», — подчеркивает эксперт.

Города с максимальной долей парков

	ГОРОД	ДОЛЯ ПАРКОВ, %	КОЛ-ВО ПРОЕКТОВ НА ЭКСПОЗИЦИИ	СРЕДНЯЯ ЦЕНА, РУБ. ЗА 1 КВ. М
1	СОЧИ	89	73	655 500
2	НОВОРОССИЙСК	71	4	194 700
3	СЕРГИЕВ ПОСАД	63	5	128 200
4	НОГИНСК (БОГОРОДСКИЙ Г. О.)	61	5	131 100
5	СЕРПУХОВ	59	3	96 200
6	ВЛАДИВОСТОК	59	101	184 500
7	ОРЕХОВО-ЗУЕВО	57	0	0
8	ВЛАДИМИР	57	16	107 100
9	ЗЕЛЕНОДОЛЬСК	56	13	120 400
10	ПЕРМЬ	56	63	147 100

Города с минимальной долей лесов и парков

	ГОРОД	ДОЛЯ ПАРКОВ, %	КОЛ-ВО ПРОЕКТОВ НА ЭКСПОЗИЦИИ	СРЕДНЯЯ ЦЕНА, РУБ. ЗА 1 КВ. М
1	АСТРАХАНЬ	5	Н/Д	Н/Д
2	ЧЕРНОГОРСК	7	Н/Д	Н/Д
3	НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ	9	26	144 400
4	НОВОМОСКОВСК	12	1	91 100
5	ХАБАРОВСК	16	50	166 700
6	ЯРОСЛАВЛЬ	16	48	109 800
7	ЧЕРЕПОВЕЦ	17	Н/Д	Н/Д
8	СТЕРЛИТАМАК	17	2	100 000
9	КЕМЕРОВО	17	Н/Д	Н/Д
10	ИВАНОВО	18	Н/Д	Н/Д

Таблицы на основе данных bnMAP.pro, Marketing Logic



«КУПЛЮ ОСТРОВ ДЛЯ ЖЕНЫ. ДОРОГО», ИЛИ КАК НЕОБЫЧНО ПОТРАТИТЬ ДЕНЬГИ

ТЕКСТ: ИРИНА МАЛЮКОВА

В связи с геополитическими событиями инвестиционная карта мировой недвижимости сильно поменялась, но экстравагантные запросы на зарубежную недвижимость никуда не делись. Рассказываем, зачем состоятельные россияне покупают острова и бойцовские клубы, почему Катар — это новый Дубай и какими еще бывают направления для вложения денег.

■ Остров в подарок

Мальдивы давно известны как популярное туристическое направление. Но в последнее время оно становится востребованным и у инвесторов. Запросы разнообразные: в основном хотят приобрести виллы, отели или номера в отелях, но иногда и целый остров. Директор департамента зарубежной недвижимости NF Group **Анна Ларина** рассказывает про клиента, который планировал купить уединенный остров в Мальдивском архипелаге для строительства виллы. Другой рассматривал покупку острова в форме сердца в качестве подарка для жены.

Звучит романтично, но, как добавляет генеральный директор компании Ricci **Екатерина Ломтева**, при покупке недвижимости в этой локации есть ряд ограничений: приобрести остров на Мальдивах в частную собственность невозможно, можно лишь взять в долгосрочную аренду. «Чаще всего и участок нельзя купить в собственность, но в последнее время стали появляться проекты, где можно приобрести надел с домом, где земля будет в аренде на 50 лет, далее потребуется продление. Бюджет, с которым можно рассмотреть такие варианты, стартует от \$3 млн», — объясняет эксперт.

Еще один любопытный вариант для любителей теплого климата и островов — Маврикий, который по праву считается самой развитой страной Африки с дружелюбной атмосферой для открытия бизнеса и инвестиций, считает **Ирина Мошева**, управляющий партнер компании Intermark Global. По ее словам, сочетание экзотической природы и европейской инфраструктуры (хорошие дороги, международные школы и качественное медицинское обслуживание, даже легкое метро) привлекает в страну все больше иностранного капитала.

«Маврикий — Мекка для тех, кто любит серфинг во всех его проявлениях: лучшие пляжи мира находятся именно здесь, — подчеркивает Мошева. — Инвестиции в недвижимость на острове довольно выгодны: от сдачи апартаментов или виллы на первой линии можно заработать от 6 до 8% годовых «чистыми». Также клиентов привлекает ряд преимуществ в налогообложении: нет налога на дивиденды, прирост капитала от продажи недвижимости и налога на наследство».

По данным Intermark Global, чтобы претендовать на ВНЖ Маврикия, потребуется покупка недвижимости на сумму от \$375 000. Цена на апартаменты в элитном современном комплексе начинается от \$450 000–500 000, а для виллы — от \$1 млн.

Анна Ларина рассказала еще об одном запросе на покупку острова в ее практике: клиент хотел приобрести недвижимость на отдаленном и малообитаемом острове в Таиланде. Вилла должна была стоять на холме в окружении джунглей, иметь вид на море, чтобы владелец мог максимально уединиться, отдохнуть подальше от посторонних глаз. Словом, острова у россиян пользуются спросом не только как романтический жест и инструмент для получения пассивного дохода, но и в качестве реализации потребности побыть наедине с собой и природой.

■ Азия: Таиланд и Вьетнам

Казалось бы, Таиланд, как и Мальдивы, — раскрученное место, но у Анны Лариной оказалось два необычных запроса от клиентов, и оба — про бизнес.

Первый касался открытия бойцовского клуба в Таиланде — стране, где боевые искусства являются частью национальной культуры. «Клиент занимается этим бизнесом в России, и ему хотелось либо приобрести спортивный клуб, либо купить землю и построить его самостоятельно. Мы нашли подходящее помещение, клуб уже работает», — делится подробностями эксперт.

Второй кейс не такой интригующий, но тоже небанальный. Требовалось найти участок площадью 2500–3000 кв. м в индустриальной зоне недалеко от Бангкока для строительства производственного и складского помещения. «У клиента производство находится в Азии, он хотел хранить продукцию в Таиланде, создав в регионе логистический хаб, — объясняет Анна Ларина. — Важным условием было наличие на участке инженерных сетей. Земля найдена, клиент строит объект».

В Intermark Global Вьетнам выделяют как новое направление, которое сегодня активно привлекает внимание клиентов. ВВП страны быстро увеличивается за счет средств азиатского и европейского секторов инвестиций, города-миллионники растут, все крупные корпорации уже зашли на местный рынок, строятся технопарки. Стремительно развивающаяся ин-

фраструктура сигнализирует о том, что Вьетнам подходит для среднесрочной или долгосрочной инвестиции.

По словам Ирины Мошевой, для вложения в хорошие апартаменты от ведущих девелоперов в стране потребуются от \$150 000. Самыми выигрышными локациями считаются города Хошимин и Ханой, на популярных курортах Нячанг и Дананг недвижимость дороже.

■ Если тянет в Европу

Старая добрая Европа хоть и охладела к россиянам, но все же и здесь, по словам Анны Лариной, состоятельные клиенты из России по-прежнему готовы приобретать необычные объекты. Например, сейчас у NF Group в работе запрос на покупку галереи искусств.

Екатерина Ломтева добавляет, что, хотя Голландия не часто встречается в отчетах, иногда Ricci получает запросы на покупку готовой недвижимости в центре Амстердама в бюджете до €1,5 млн. «В Голландии нет ограничений на покупку иностранцами, но есть высокий спрос со стороны внутреннего рынка, поэтому не все предложения доходят до внешнего инвестора», — подчеркивает эксперт.

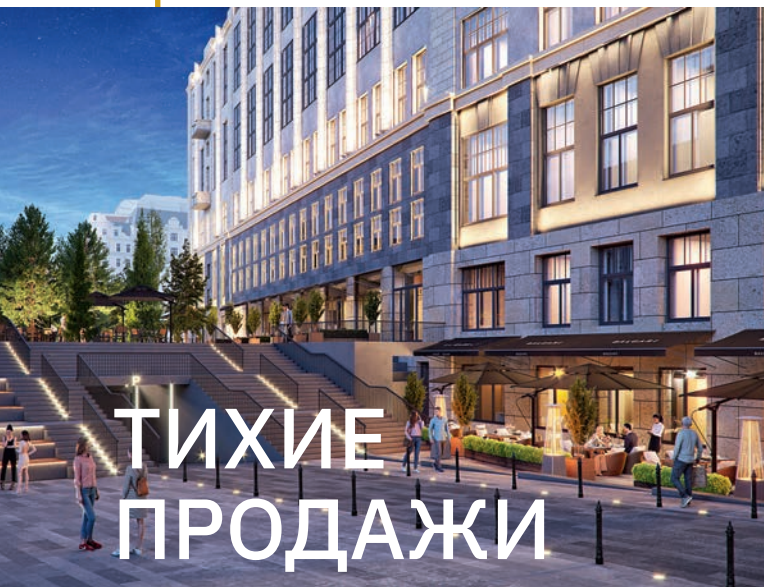
По словам Ирины Мошевой, некоторые клиенты задумываются о переезде в Люксембург, ведь эта страна предоставляет самый короткий срок натурализации в Евросоюзе на основании рабочей визы: имея постоянный доход от работы в найме, человек может получить паспорт уже через пять лет.

■ Инвестиции по формуле

Глобальные перестановки сейчас происходят в регионе Персидского залива, считает директор по продажам Tranio **Павел Позин**. По данным компании, с января по май 2024 года спрос на недвижимость в Саудовской Аравии вырос сразу на 211% относительно прошлого года, а в Катаре — на 166%, тогда как число заявок по ОАЭ за этот же период выросло лишь на 5,6%. Эксперт уверен, что сейчас в локации Персидского залива формируется новый тренд, причина которого связана с высокими скоростями.

Не так давно в Tranio обратился заядлый болельщик «Формулы-1» с запросом на объект в Катаре. Клиент обратил внимание на неочевидные точки роста недвижимости вокруг местных этапов гонок. Гоночный цикл начинается задолго до старта Гран-при: за несколько месяцев до начала заездов сюда переезжает персонал, сами команды прибывают в город за неделю, а пилоты прилетают чуть позже, но успевают к началу свободных заездов — им нужно поучаствовать в пресс-конференциях и других мероприятиях. Все это формирует предсказуемый сезонный спрос на аренду в Дохе, которая продлила контракт на проведение Гран-при «Формулы-1» еще на 10 лет.

Клиент отдал предпочтение Катару из-за более комфортного уровня цен: в Саудовской Аравии куда выше порог входа для инвестиций, от \$1,07 млн, тогда как в Катаре он начинается с \$200 000 с возможностью получить «золотую визу» на два года (предоставляет иностранцам право покупать недвижимость, владеть 100% акций катарских компаний и получать ВНЖ). Помимо любви к «Формуле-1», интерес клиента к недвижимости в регионе подогревался и перспективами роста рынка Катара, который сейчас копирует успешный кейс Дубая, смягчая законодательство и открываясь иностранному капиталу. ▲●



ТИХИЕ ПРОДАЖИ

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ТЕЛЕГРАФ (VOS' NOD)

ТЕКСТ: ИРИНА МАЛЮКОВА

Первое правило закрытых продаж на рынке элитной недвижимости — говорить о них шепотом и только узкому кругу. Не все покупатели даже со сверхбюджетами проходят фейсконтроль. Forbes Real Estate расспросил девелоперов, каких клиентов они отсеивают, как «прощупывают» цену на старте и зачем нагнетают атмосферу таинственности вокруг проекта.

Закрытые, или, как их еще называют, внерыночные продажи обходятся, как правило, без публичной рекламной и PR-кампании, без анонсирования через официальные каналы, без манифестации проекта в принципе. Генеральный директор и управляющий партнер компании «Intermark Городская недвижимость» **Дмитрий Халин** уточняет: чаще всего так продают штучные объекты, круг покупателей которых ограничен в силу их высокой стоимости несколькими десятками, максимум сотнями претендентов.

В элитном сегменте на российском рынке этот способ реализации жилья возник приблизительно в начале 2000-х. Застройщики увидели потребность аудитории, прежде всего инвесторов, охотящихся на новинки, узнавать о премьерах первыми и приобретать то, что недоступно многим. «Потенциальные инвесторы обсуждали перспективные площадки на различных форумах, искали выходы на застройщика, просили сообщить им в числе первых, чтобы войти в проект по минимальной цене», — рассказывает о тех временах директор по продажам компании Dominanta **Антон Конобеевский**.

Пока рынок не был настолько конкурентным, период закрытых продаж длился четыре-шесть месяцев, реже дольше, вспоминает директор по продажам и маркетингу клубных домов Turandot Residences и Artisan **Ольга Зыбляя**. Сейчас, в условиях высочайшей конкуренции, этот срок сократился почти в три раза и в премиальных проектах обычно не превышает одного-двух месяцев. По словам Ольги Зыбляей, за это время



КЛУБНЫЙ КОМПЛЕКС QUARTIER D'OR («МЕТРИУМ»)

детализируется портрет покупателя, окончательно формируется концепция и финализируется ценообразование.

■ Про деньги

Антон Конобеевский объясняет, что постепенно у застройщиков сформировалась такая практика: закрытые продажи позволяют привлечь финансирование со стороны дольщиков на самой ранней стадии, покрыв тем самым стартовые расходы на начало стройки либо на реструктуризацию обязательств. И до появления 214-ФЗ, и сейчас финансирование — ключевой фактор в момент начала проекта.

Есть еще и такой важный момент, как динамика денежных поступлений. Сегодня рынок работает в реальности 214-ФЗ, продажи ведутся по ДДУ с использованием счетов эскроу, у каждого девелопера согласована с банком-кредитом финансовая модель, определен темп продаж. На старте, когда цена квадратного метра минимальна, нет смысла продавать большой объем себе и банку в убыток, ведь цена будет расти по мере возведения объекта.

Стало быть, немаловажная задача — протестировать стоимость квадратного метра. Закрытые продажи позволяют проверить на ограниченном «стартовом» объеме лотов, насколько точно застройщик попал в цену, чтобы уже с корректировкой, если таковая понадобится, выводить на рынок основное предложение.

В итоге, помимо теста «не прогадали ли» и привлечения денег на покрытие части расходов, девелопер может показать партнерам (в основном банку), что все предварительные расчеты произведены верно, проект потенциально успешен, у рынка есть интерес к нему. Это важно для репутации.

■ Про маркетинг

Маркетинговые приемы не чужды элитному рынку. Закрытые продажи предполагают ограниченный доступ к информации о проекте и продажу объектов узкому кругу потенциальных покупателей, говорит директор по девелопменту компании Rariteco **Екатерина Борисова**. Но информация все равно

просачивается. Подход limited edition (предложение ограничено) позволяет создать ауру эксклюзивности вокруг проекта. Клиенты с большими бюджетами ценят конфиденциальность и индивидуальный подход. Им нравится, когда редкий проект еще и окружен своеобразной легендой, флером тайны, что повышает его престиж и статус.

■ Про фейсконтроль

Закрытые продажи эффективны для нетиповых, «трофейных» объектов, делится Дмитрий Халин. Нередко такой подход позволяет продать объект намного дороже среднерыночной цены и оградить от интереса нежелательных для него персон.

С коллегой согласна директор управления элитной недвижимости компании «Метриум премиум» **Анна Раджабова**: отбор формирует портрет желаемого покупателя. «Часто компании приглашают проверенных лояльных клиентов, а по отношению к новым покупателям работает фейсконтроль. Особенно это характерно для камерных комплексов на 10–15 лотов, — отмечает эксперт. — В результате в проекте формируется благоприятная атмосфера и нивелируются возможные конфликты интересов, разногласия на политической, деловой, этнической и религиозной почве».

По словам Раджабовой, если человек по определенным признакам не проходит фейсконтроль, то отказывают ему максимально деликатно или же предлагают априори неподходящие условия, чтобы он сам передумал совершать сделку. Самыми нежелательными лицами в данном случае могут быть медийные люди, например, популярные артисты и блогеры, привлекающие много внимания ко всем аспектам своей жизни. Скандалов с публичными запретами покупки на рынке, естественно, стараются избегать.

■ Не забываем про закон

Но не только ради создания пула желаемых покупателей, флера таинственности, ореола эксклюзивности и прощупывания потенциального спроса застройщики закупают закрытые продажи. Когда на сайте появляется раздел с новым проектом и пометкой «скоро в продаже», основная причина проста: по российскому законодательству в настоящее время нельзя продавать или рекламировать продажи жилого комплекса, не имеющего разрешения на строительство. И это тот водораздел, который отделяет закрытые продажи от открытых: как только получено разрешение на строительство (PHC) и опубликована проектная декларация, проект манифестируется рынку, дается официальный старт продаж и PR-кампании.

До этого момента, по словам Антона Конобеевского, какой-то официальной или общепринятой процедуры не существует. Обычно на сайте застройщика появляется раздел о проекте с кнопкой «оставить заявку», параллельно информация «засвечивается» в отраслевых телеграм-каналах, которые отслеживают новые проекты. Также застройщик выстраивает работу с партнерами — агентами, брокерами.

Генеральный директор Kalinka Ecosystem **Алексей Чумалов** говорит, что у застройщиков есть постоянные клиенты, так называемые клубы покупателей, и, когда выходит новый проект, его сперва предлагают даже не брокерам, а лояльному кругу покупателей из «секретной базы». При этом с потенциальными покупателями заключаются договоры бронирования в разных вариациях. Суть одна: в договоре фиксируется характеристика лота, цена и срок, когда должен быть заключен основной договор (ДДУ). Кстати, договоры бронирования платные, обычно их стоимость укладывается в диапазон 1–2,5% от стоимости лота. А что избранность будет предоставляться бесплатно, никто и не обещал. ▲■



КЛУБНЫЙ КОМПЛЕКС QUARTIER D'OR («МЕТРИУМ»)

Кто первый

Проекты с закрытыми продажами на первичном элитном рынке Москвы, май 2024 года.

ПРОЕКТ	ТИП	РАЙОН	ДЕВЕЛОПЕР	ЧИСЛО ЛОТОВ
ANNABEL'S	АПАРТАМЕНТЫ	Хамовники	PALLADIO GROUP	8
ARMANI/CASA MOSCOW RESIDENCES	КВАРТИРЫ	Якиманка	VOS'NOD	26
BVLGARI HOTEL & RESIDENCES MOSCOW	КВАРТИРЫ	Пресненский	WAINBRIDGE	14
HIGH GARDEN	КВАРТИРЫ	Хамовники	ИНВЕСТ СТРОЙ	30
LION GATE	КВАРТИРЫ	Мещанский	ГК «СТИЛОБАТ»	8
THE PATRICKS	АПАРТАМЕНТЫ	Пресненский	R4S GROUP	10
ЗОЛОТОЙ	КВАРТИРЫ	Якиманка	CAPITAL GROUP	124+134*
КАМЕРГЕР	АПАРТАМЕНТЫ	Тверской	ENGEO DEVELOPMENT	43
КРАСНЫЙ ОКТЯБРЬ	КВАРТИРЫ	Якиманка	ГУТА-ДЕВЕЛОПМЕНТ	29
ЛЕВЕНСОН	АПАРТАМЕНТЫ	Пресненский	VESPER	25
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ТЕЛЕГРАФ	АПАРТАМЕНТЫ	Тверской	VOS'NOD	27

Источник: «Метриум»

* Два квартала

МОЛОДЫЕ СЕМЬИ



ТЕКСТ: ВАЛЕРИЯ МОЗГАНОВА

Жилищный вопрос особенно остро стоит для молодых семей — это правда? Все они стремятся улучшить условия проживания, но не могут себе этого позволить — неужели? Неважно, квартира или дом, главное, собственный — это действительно так? Совместное исследование ВЦИОМ и ДОМ.РФ позволяет по-новому взглянуть на взаимоотношения молодых семей и сферы недвижимости.

Еще в 1960-х годах будущий нобелевский лауреат по экономике Гэри Стэнли Беккер ввел понятие «человеческий капитал», доказывая, что инвестиции в человека более доходны, чем инвестиции в ценные бумаги. И развитые страны, в том числе Россия, все активнее и ожесточеннее с каждым десятилетием борются за человеческий капитал, прежде всего за самую важную его часть — молодежь.

Качественное образование, профессиональные и социальные перспективы, карьерный рост, комфортные жилищные условия, максимально разнообразный досуг, возможности для саморазвития и творческого самовыражения — многочисленные госпрограммы, в центре внимания которых лежат практически все аспекты молодежной жизни, призваны помочь государству в решении двух ключевых вопросов. Первый — как свести к минимуму эмиграцию молодых людей. Второй — как увеличить рождаемость. И в том и в другом случае жилищная тема — в тройке лидеров в ответах. Поэтому предложения, как еще, кроме как по программе субсидий «Молодая семья», страна может «недвижимо» поддержать молодежь и молодые семьи, звучат постоянно: давайте разработаем специальную молодежную ипотеку, будем предоставлять молодым людям гранты на покупку участков для строительства дома, снимем с них часть налогового бремени и так далее. Одна из свежих идей — предложить механизм накопления первоначально взноса на ипотеку или приобретение жилья без заемных средств. Правительство разрабатывает новую программу для молодых семей и 10 регионов уже выразили желание участвовать в испытаниях.

Опрос, совместно проведенный ВЦИОМ и ДОМ.РФ, констатирует, чего молодые семьи ждут от рынка недвижимости,

какое жилье считают для себя оптимальным и совпадают ли их теоретические потребности с реальными возможностями. Несколько выводов, к которым пришли эксперты, заслуживают особого внимания.

Во-первых, согласно подсчетам, 44% (8,9 млн) молодых семей — молодой в России считается семья, в которой возраст хотя бы одного из супругов не превышает 35 лет, — уже имеют несовершеннолетних детей, а еще 49% (9,7 млн) планируют детей (как первенца, так и последующих) в течение ближайших пяти лет. Только 7% относятся к группе чайлдфри или хотят повременить с потомством. Это должно слегка успокоить тех, кто утверждает, что современная молодежь категорически отказывается рожать и поэтому надо срочно бросать все ипотечно-финансовые силы государства на изменение ситуации. Можно бросать не все.

Во-вторых, 79% участников опроса (15,7 млн молодых семей) ответили, что жилье, в котором они проживают на данный момент, находится в собственности семьи или в личной. То есть в глазах закона подавляющее большинство уже являются владельцами той или иной недвижимости, пусть даже речь идет лишь о доле, обретенной в результате приватизации, подаренной, полученной в наследство и так далее.

Наверное, если на государственном уровне будет принято решение об отдельных ипотечных, грантовых и любых других программах дополнительной финансовой поддержки молодых семей, стоит везде и сразу прописать: части родительских и прочих квартир в подсчете собственности не учитываются. Иначе у распределителей грантов, владельцев земли, банков и прочих «вершителей судеб» появится соблазн так или иначе задействовать эти доли в процессе, отказать молодой семье в льготах или предоставлении недвижимости на том основании, что у них уже есть, где жить.

В-третьих, вопреки распространенному убеждению, что молодым семьям буквально негде жить, тех, кто испытывает потребность в улучшении жилищных условий, и тех, кто не видит в этом необходимости, по итогам опроса оказалось почти поровну: 52% против 48%. Более того, 45% (8,9 млн семей) даже не планируют улучшать жилищные условия. Среди них тех, кто имеет потребность, но не имеет возможности, 20%, а тех, кому не надо ничего улучшать, 25%. Это заставляет задуматься: а правильно ли в стране вообще оценивают молодежно-семейный жилищный расклад? Не исключено, что мы пытаемся решить проблему, острота которой сильно преувеличена либо она сама неверно сформулирована.

Наконец, если государство действительно хочет стимулировать рождаемость, то поддерживать надо в первую очередь тех, кто ориентирован на покупку собственного дома. В данный момент их почти вдвое меньше, чем готовых приобрести квартиру (9% и 15% соответственно). По мнению большинства, идеальная квартира — это двух- и трехкомнатное жилье площадью 55–80 кв. м, что в представлении о современном комфорте означает наличие в семье одного-двух детей, а вот идеальный дом — это уже 110–125 кв. м и четыре и больше комнат, что может сразу психологически настраивать семью на появление трех-четырех детей.

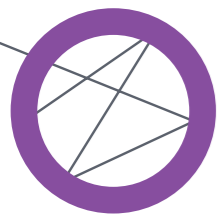
К тому же молодые семьи, будь их воля, точно хотели бы жить в частном доме, а не в квартире, пусть даже собственной (67% против 33%). Пока же, как свидетельствуют данные исследования, все обстоит с точностью до наоборот. ●●



ЖК «СВЕТЛАЯ ДОЛИНА», КАЗАНЬ

ЖИЗНЬ С СОБАКОЙ

«Гуляет он и в дождь, и в зной» — ответ на эту детскую загадку прост, и это вовсе не зонтик. Если послушать владельцев собак, складывается впечатление, что это самая дискриминируемая категория горожан: ведь собаку надо выгуливать на улице, не везде это возможно.



тчасти мнение справедливое, достаточно прикинуть, сколько площадок для выгула можно встретить в жилых кварталах. Между тем в Москве, по данным рабочей группы при Общественном совете Минстроя России, на сегодняшний день насчитывается

от 1,3 до 2 млн домашних собак, не считая питомцев туристов и гостей столицы.

С другой стороны, за последние несколько лет ситуация кардинальным образом улучшилась: стала формироваться культура содержания питомцев, новые тренды подхватили и девелоперы, и городские структуры. Собаки стали значимой частью городского социума: с ними ходят в кафе, магазины, берут с собой в поездку и даже на работу. Что меняется в отношении площадок для выгула домашних питомцев сегодня?

Собачья база

На федеральном уровне с 2017 года действует свод разработанных Минстроем России правил, который устанавливает базовые требования к проектированию площадок для собак: их размер, высоту ограждающих конструкций, расстояние до поликлиник, детских садов и школ (от 40 м) и до жилых домов (от 25 м), а также то, что покрытие нужно менять не реже одного раза в год.

Этот же самый документ регламентирует обязательное наличие спортивных и детских площадок, а вот в отношении «братьев наших меньших» такого нет, и в глазах закона данная инфраструктура является второстепенной. Хотя ни для кого не секрет, что владельцев собак гораздо больше, чем любителей повисеть на турнике.

Рабочая группа по инфраструктуре для собак при Общественном совете Минстроя России сегодня разрабатывает

новый дог-френдли стандарт для жилых комплексов, который поможет создать комфортную и безопасную среду для четвероногих друзей (ГОСТ «Игровые и дрессировочные площадки для собак: оборудование и покрытия. Содержание таких площадок»). Уже в этом году ГОСТ, который будет включать требования к оборудованию для занятий с собаками, покрытиям, ограждению, освещению, благоустройству, условиям для владельцев, должен быть утвержден.

В группу разработчиков стандарта входят девелоперы, кинологи, ветеринарные врачи, собаководы и другие специалисты. Один из авторов, основатель проекта «Собакин город» **Артем Гебелев**, уверен, что пространства для животных не должны ограничиваться «коробкой» с кинологическим оборудованием: «Жизнь с собакой — это всегда прогулка, и площадка не обеспечивает всех потребностей питомца». Нужны неогороженные зоны для выгула, где собак с поводка не отпускают, но где животные могут активно играть и бегать. Эти зоны могут быть оформлены зелеными кустарниками, лавочками с навесами, урнами, диспенсерами для пакетов, какими-то декоративными элементами, специальным оборудованием для дрессировки. Из минимальных требований — специально подобранный газон, который выдержит активные игры. Пока, сетуют эксперты из числа собачников, в большинстве случаев можно увидеть стандартный набор оборудования, не предназначенный для мелких и средних пород, и газон, вытопанный из-за неправильно подобранного ассортимента растений.

Долгая прогулка

Параллельно прорабатываются протяженные маршруты для прогулок, которые функционируют по принципу велодорожек и имеют на всех участках урны и диспенсеры для пакетов. Общественные пространства в их обычном понимании не всегда для этого подходят: происходит пересечение потоков, люди с четвероногими друзьями движутся в потоке с пешеходами, самокатчиками, спортсменами, что провоцирует конфликты и стресс у питомцев.

«Наша идея заключается в том, что зона для выгула собак должна быть в каждом дворе, поскольку собаки есть везде. Игровые и дрессировочные площадки по-хорошему нужны в каждом квартале или микрорайоне, а также в парках. И подчеркну: это абсолютно разные вещи, — отмечает Артем Гебелев. — Зачастую проектировщики не понимают, что спортивное кинологическое оборудование не может стать полноценной заменой игровой. Прогулочные маршруты необходимы в местах большого скопления людей: лесопарковых массивах, на набережных, бульварах. Не надо думать, что мы все застроим площадками для собак, просто увеличим их количество, и прочие типы инфраструктуры также будут появляться, их станет больше».

Стоит подчеркнуть, что вышеупомянутый ГОСТ носит добровольный характер, но, поскольку это наиболее проработанный документ по теме инфраструктуры для собак, он наверняка ляжет в основу большого количества муниципальных и региональных правовых актов, которые, в свою очередь, будут носить уже характер обязательный.

Летом начинаются предметные консультации с членами рабочей группы и профессиональное обсуждение документа, в сентябре он будет доступен для общественных обсуждений. Кроме того, рабочая группа инициирует изменения ряда

обязательных для проектировщиков сводов правил (СП) для того, чтобы инфраструктура для воспитания, выгула и дрессировки собак стала бы обязательным аспектом городского благоустройства.

Инициативы под запрос клиента

В столице с 2021 года по программе «Мой район» реализуется проект «Питомцы в Москве», направленный на создание принципиально новых площадок для собак. К разработке привлекли экспертов Российской кинологической федерации и жителей районов. Основная задача — создавать качественную современную инфраструктуру с учетом таких необходимых элементов, как места для хранения игрушек и воды, лавочки и навесы для хозяев, правильный состав газона и многое другое.

На рынке недвижимости тоже не дремлют: реализация потребительского запроса на места для прогулок с животными обеспечивается платежеспособностью клиентов, и, хотя пространства для четвероногих пока не стали ярким трендом, движение в этом направлении явно наметилось. Во многом этому способствовала концепция «дворов без машин», благодаря чему появилось больше свободного пространства и возможность вместить что-то, кроме обязательных спортивных и детских площадок. Среди параметров мест для выгула учитываются комфорт, функциональность, использование надежных и экологичных материалов, эстетичность. Площадки оборудуют барьерами, мостиками, разнообразными тренажерами для занятий. Не забывают и про зоны отдыха для людей при животных.

Дополнительной «плюшкой» для владельцев четвероногих в жилых комплексах разных классов стали лапомойки. В силу своей распространенности они не только превратились в предмет бесконечных шуток в профессиональной среде («не сделал лапомойку — потерял клиента»), но и продуцируют бесконечный поток противоречивых отзывов. С одной стороны, это крайне полезная вещь, особенно в межсезонье, с другой — многие такие помещения абсолютно не учитывают реальные потребности жителей. Например, зачастую в них отсутствуют держатели или полки для шампуня, полотенца, нет возможности прикрепить поводок, неудобный душ.

Стандарты инфраструктуры для животных на текущий момент являются рекомендательными, но все меняется. У горожан начинают формироваться четкие требования к таким объектам, и на их реализацию будут работать как государственные структуры, так и частный сегмент. ▲●



КЛЮЧ К ИЗМЕНЕНИЯМ

Мы попросили ведущих участников рынка поделиться мнением о знаковых для них событиях и трендах, определяющих развитие разных сегментов недвижимости.

Офисам — сервис



МИХАИЛ БРОДНИКОВ,
генеральный директор Space 1:

«Сервис все глубже проникает в классические офисы. Собственники и девелоперы предлагают широкий спектр услуг, включая ремонт, обслуживание и эксплуатацию помещений. Второй заметный тренд — крупные сервисные операторы, которые начинали на нашем рынке применять продуктовый подход к офисам, все чаще выступают в роли девелоперов. Таким образом, классические офисные девелоперы движутся в сторону предоставления более качественных сервисов клиентам, а сервисные операторы начинают создавать рабочие пространства с нуля, превращая их в полноценный продукт. Что может сформировать новую реальность на рынке офисной недвижимости.

Еще один очевидный тренд — поддержка компаний в развитии и укреплении их HR-бренда. Операторы сервисных офисов помогают бизнесу повышать удовлетворенность сотрудников рабочими пространствами, что, в свою очередь, положительно сказывается на лояльности персонала. Качественный офис все чаще становится инструментом для HR-бренда работодателя».

Элите — статус



ЕКАТЕРИНА БАТЫНКОВА,
директор департамента продаж
ГК «Галс-Девелопмент»:

«Мы наблюдаем у покупателей на элитном рынке минимальный интерес к апартаментам: при прочих равных клиент предпочтет резиденции с жилым статусом. Поэтому «Галс-Девелопмент» уходит от практики строительства нежилых помещений: все наши новые и будущие объекты — это квартиры. В 2023 году мы инициировали изменение статуса помещений клубного дома делюкс-класса «Космо 4/22» и начали перевод апартаментов в квартиры. В III квартале мы завершим эту процедуру. Хоть участок на Космодамианской набережной, согласно градостроительному плану, и предназначался для



VILLAGGIO ESTATE

возведения объектов временного проживания, мы сразу проектировали «Космо 4/22» с учетом всех норм жилой недвижимости, включая инсоляцию. Ввод дома в эксплуатацию намечен на IV квартал 2024 года.

Отказ от апартаментов в элитном сегменте или изменение статуса может стать трендом. Кроме прописки по знаковому адресу, статус жилья существенно снижает налог на имущество, что актуально для высокобюджетной недвижимости. И стоимость коммунальных услуг для жилья ниже. Возможно, это не так важно в данном случае, но вот прозрачные отношения между соседями и управляющей компанией в жилом доме ценятся всегда».

Загород — молодым



АЛЕКСЕЙ КОРОТКИХ,
коммерческий директор Villagio Realty:

«Важная тенденция последних лет — покупатель элитной загородной недвижимости сильно помолодел. Теперь за городом хотят жить и молодые люди, так как это позволяет комфортно заниматься спортом, поддерживать здоровый образ жизни, растить детей. До 70–80% покупателей в Millennium Park — это семьи с детьми.

Собственный загородный дом — лучшее место для рождения новой семьи и продолжения династии. Поэтому для большинства наших резидентов важно наличие детской инфраструктуры на территории поселка. Она интересует 60% покупателей недвижимости. Участки и дома у воды востребованы у 70%. Рядом с парком хотят жить 90% клиентов.

Переезд за город для постоянного проживания у всех происходит по-разному. Кто-то покупает участок под строительство, и с момента покупки до момента переезда в новый дом может пройти от двух до пяти лет. А кто-то выбирает уже готовое предложение на вторичном рынке, и тогда смена образа жизни не займет много времени.

В КП Millennium Park на Новой Риге часть покупателей — прежние арендаторы домов в поселке. Погрузившись в мир загородной жизни, люди после первого года аренды начинают подыскивать собственный дом. Вслед за ними идут друзья и знакомые, которые считают жителей Millennium Park «образцом для подражания».

ФОТО ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ (4); VICTOR MALYUSHEV ON UNSPLASH

ОБЩЕЕ МЕСТО

Общественные пространства — привычные и постоянные места пребывания миллионов горожан, они меняются вслед за потребностями людей постоянно и повсеместно. Новые тренды в создании городских ландшафтов во многом являются общемировыми, но именно локальные черты дарят им уникальность — и любовь местных жителей.



Среда для человека

Главный тренд современного городского благоустройства — пространства проектируются таким образом, чтобы отвечать потребностям людей, которые будут их посещать. Кому-то важны уют и безопасность, а кто-то хочет заниматься экстремальными видами спорта или работать с комфортом на свежем воздухе. Разнообразие запросов позволило использовать локации, которые раньше никак нельзя было отнести к общественным, — заброшенные объекты, пространства под мостами и эстакадами, — а также создало новые: понтоны на

воде, сезонные деревянные настилы, пляжи в черте города, площадки для выгула собак и многое другое.

Особое внимание уделяется коммуникации между сообществами, неслучайно одним из самых популярных решений в ландшафтном дизайне стал амфитеатр. Будучи местом для отдыха и общения, он легко может превратиться в сцену, кинотеатр под открытым небом или танцевальную площадку. Многофункциональность и адаптивность прочно вошли в самые разные сферы жизни москвичей, и ландшафтный дизайн не стал исключением.

«Люди ждут, чтобы их удивили, они хотят получать эмоции — и от двора, и от общественного пространства вокруг офиса, и от городского парка»

Параллельно с разработкой любого серьезного проекта проводится социокультурное программирование, которое позволяет заранее учесть возможные сценарии и понять, как будет «жить» территория, кому интересно проводить там время.

«Качественная среда служит драйвером для развития экономики: востребованные пространства всегда идут рука об руку с коммерческой сферой — развивается малый и средний бизнес, создаются рабочие места, в городские бюджеты поступают налоги», — отмечает руководитель и партнер UNK landscape **Гульнара Сафарова**.

Локации и эмоции

Каждому москвичу приятно иметь в районе что-то такое, чем он может гордиться, будь то обилие зелени, выразительный рельеф или исторически значимый объект. Все это можно и нужно использовать, уверены специалисты. Опираясь на ай-дентификацию места, можно создать пространства, наполненные образами, которые хорошо «считываются» и находят отклик у горожан.

По мнению основателя бюро Basis **Ивана Охупкина**, именно эмоциональная составляющая проекта сейчас выходит на первый план: «Московское благоустройство эволюционирует с каждым годом, но также быстро люди ко всему привыкают. Типовыми, повторяющимися решениями уже невозможно произвести впечатление. А люди ждут, чтобы их удивили, они хотят получать эмоции — и от двора, и от общественного пространства вокруг офиса, и от городского парка». Basis в поисках уникальности изучает контекст и подбирает материалы, чтобы проект невозможно было представить ни в каком другом месте. «Если предложенное благоустройство можно перенести куда-то еще — значит проект недоработан и нужно переделать», — утверждает Охупкин.

Автономная трава

Озелененные пространства помогают горожанам восстановить контакт с природой, отвлечься от асфальта, стекла и бетона. Вместо геометрических композиций с цветами популярность набирают естественные массивы трав, кустарников и деревьев, природные элементы натуральных оттенков с богатой фактурой — крупные камни, кора, срубы, песок, мульча. Все это не требует больших затрат и формирует естественную среду, которая будет поддерживать сама себя и оставаться красивой круглый год. В ассортименте луговые, злаковые и засухоустойчивые виды, мхи, лишайники. В последние годы все чаще стараются высаживать гипоаллергенные растения. Снимать стресс горожан помогают и популярные ароматные травы — мята, шалфей, душица, пижма. Они красиво выглядят и вызывают приятные ассоциации с поездкой за город.

С 1 мая 2024 года вступил в действие ГОСТ Р 71332-2024 «Зеленые» стандарты. Вертикальное озеленение фасадов

зданий и сооружений. Технические и экологические требования». Зелени в городе будет больше. «Глобальный тренд нашел отражение и в ландшафтном дизайне, и в архитектуре. Используются разные плоскости — фасады, балконы, патио, террасы, крыши, стилобаты, — рассказывает генеральный директор ландшафтной компании «Илья Мочалов и Партнеры» **Илья Мочалов**, один из авторов российского стандарта по вертикальному озеленению. — Места в городе мало, и использование любых пространств — это благо».

Качественное благоустройство стоит дорого, напоминает специалист. Озеленение стилобата, например, требует профессионального подхода на ранних этапах проектирования: должны быть заложены весовые нагрузки, продуман дренаж и так далее. «Если все сделать грамотно, то сложная система будет успешно функционировать десятилетия, и последующая эксплуатация будет проста и дешева, а вот если, например, экономить на субстрате, то через пять-семь лет это приведет к печальным последствиям», — предупреждает Мочалов. К слову, на «зеленой крыше» на улице Шереметьевская, где находится офис бюро, уже 15 лет все растет и цветет без какого-то специального ухода.

Озеленение не единственный способ сделать благоустройство более экологичным. В любом случае важно использовать принципы зеленого строительства, мягко интегрировать технологии и дизайн в естественную среду и выстроить экосистему, которая потребует минимального вмешательства человека.

Умные и мобильные

Технологический прогресс охватывает буквально все сферы человеческой жизни, и москвичи хотят, чтобы на улицах им было так же комфортно, как дома. Современные проекты благоустройства скверов, площадей или набережных предлагают инновационные и эффективные ландшафтные решения, которые отвечают этим потребностям. Умные технологии обеспечивают доступ к интернету, дают возможность подзарядить телефон, сидя на лавочке, интегрируют различные виды транспорта в единую цифровую среду и позволяют не привязывать работу к офису.

Кроме того, без них был бы невозможен еще один тренд — на микромобильность. Взлет популярности электросамокатов и велосипедов был настолько стремительным, что городская среда за ним не поспевает. Тем не менее очевидно, что они никуда не денутся и развитие инфраструктуры и соответствующих градостроительных норм будет идти активно в этом направлении. В первую очередь предстоит решить вопрос с зонированием, ведь одной из основных задач является создание комфортного пространства для каждого жителя, неважно, едет он или идет.

Уличное искусство

Еще один яркий тренд, продиктованный технологиями, — это создание «фотогеничных» объектов в местах большого скопления людей. В данном случае масштаб и функция играют не главную роль, это могут быть интересные по архитектуре павильоны, необычные композиции из растений, перголы, развивающиеся детские площадки, водная инфраструктура. Они украшают и привносят разнообразие в городскую среду, но в социокультурном контексте куда ценнее



ВОДОПАД В ПАРКЕ МАЛЕВИЧА (BASIS)

уличное искусство, которое делает ее живее, воспитывает вкус, развивает широту взглядов, заставляет думать.

Если не брать во внимание исторические памятники и отдельные скульптурные композиции, в городе еще не выработан механизм взаимодействия с современными художниками и стрит-артом. Свои проекты в большинстве случаев художники могут реализовать только с культурными институциями или с частными инвесторами. Последние, в свою очередь, рассматривают искусство как долгосрочную инвестицию. Речь идет не только о частных коллекциях, но и о привлечении к девелоперскому проекту определенной аудитории «ценителей».

«Я считаю, что искусство в общественных пространствах будет развиваться, и это связано в первую очередь с типовой архитектурой и благоустройством. С одной стороны, понятно, что такая застройка помогает ускорять процессы, оптимизирует их. С другой — каждому месту необходима идентичность, и искусство в том числе решает эту задачу», — отмечает **Сабина Чагина**, куратор, арт-директор, основатель платформы САБСТАНЦИЯ.

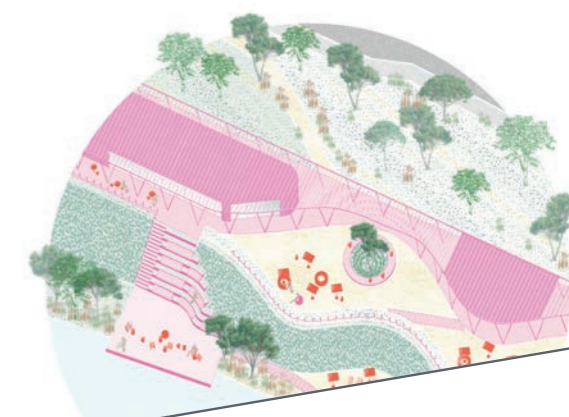
Не просто двор

Ландшафтный дизайн дворовых пространств призван дополнять выразительность архитектурных решений жилого комплекса. Вместе с тем открытое пространство должно быть более функциональным, разнообразным и эффектным, чем просто «московский дворик». Современные дворы проектируются в виде отдельных «комнат», окруженных зеленью, чтобы жильцы могли отдохнуть, поработать, поиграть с детьми или заняться спортом на свежем воздухе, не мешая друг другу. Активное использование стилобатов и эксплуатируемых кровель помогает распределить функции по разным плоскостям.

В случае если используется только озеленение в уровне земли, камерные «помещения» полностью интегрируются в

природу при помощи пергол, мощенных натуральным камнем площадок и дорожек, зеленых оград и даже водных элементов — рукотворных ручьев, сухих фонтанов, кинетических объектов. Детские и спортивные площадки все чаще интегрированы в общий контекст, не выделяются яркими элементами, предпочтение отдается натуральным цветам и материалам.

Популярными становятся так называемые сенсорные сады, где посетители могут задействовать весь спектр чувств: цвет, запах, фактура растений и их комбинации работают на то, чтобы вызвать эмоциональный отклик. Главные критерии в любом случае — живописность и кулуарность. В таких пространствах жильцы могут «замедлиться», побыть наедине с собой и природой, что трудно сделать где-либо за пределами своего двора. ▲●



«Искусство в общественных пространствах будет развиваться, и это связано в первую очередь с типовой архитектурой и благоустройством»



КЛУБНЫЙ ДОМ ARTISAN НА АРБАТЕ

ТЕКСТ: ОУЛИЯ ГАВРИШ

Ландшафты и сады во дворах и вокруг жилых домов, будь то поселок, клубный ЖК или собрание многоэтажек, становятся передовым трендом не только потому, что это красиво. В мегаполисах и в пригородах люди все чаще задумываются об экологии и осознают, что дышат они вовсе не духами, туманами и импортной инженерией, а воздухом.

На загородном рынке в 2000-е годы покупатели в высокобюджетном сегменте строили дворцы по 2000 кв. м на участках не меньше гектара, с неизменным сосново-еловым лесом. В городе в те же годы становления рынка элитного жилья застройщики предлагали квартиры с видами и бильярдными, но об озеленении особенно не задумывались.

Одним из законодателей ландшафтной моды за городом стала компания Villagio Estate, реализовавшая задумку города-сада в проекте Millennium Park: поле на Новой Риге было засажено крупномерами, привезенными из далеких стран. С 2010-х тренды начинают меняться. Примерно с 2015 года девелоперы и риелторы на загородном рынке начинают фиксировать массовый запрос на уменьшение размеров домов и участков. Элита перестала гнаться за большими площадями, вычурными ремонтами, поражающими воображение излишествами. Не прошли даром путешествия по Европе, и вот высокобюджетный рынок получил нового покупателя: рационального, ориентированного на классику, комфорт и функциональность.

Коснулось это и приусадебных наделов. Отказываясь от излишнего количества соток, люди, располагающие космическими бюджетами, искали компактные участки с садовыми

деревьями, кустами крыжовника и смородины, а некоторые деловито выбирали резиденцию в Жуковке или Барвихе с местом под парники. Так заявил о себе тренд на экологичность.

Городские сады

Но загородный рынок надолго заснул, основное строительство было приостановлено после 2010-х годов: случился кризис, да и спрос качнулся в город. Где как раз внимание на благоустройство обратили не только застройщики дорогих ЖК. В данном случае локомотивом продвижения новых трендов послужила не столько элита, требующая от застройщика созвучных времени решений, сколько городская администрация. Так москвичи впервые столкнулись с благоустройством в новом прочтении и получили обновленные парки и скверы, газоны с композициями, парк «Зарядье», в конце концов, с коллекцией растений со всех уголков России.

А уже потом в премиальных и элитных ЖК ландшафтный дизайн расцвел пышным цветом в соответствии с основными трендами на экологичность и рационализм.

Отличительной чертой премиальных проектов за последние 10 лет стал переход от возведения квадратных метров к организации среды обитания. Например, Tashir Estate давно перешел от просто частных дворов к дизайну общественных пространств с зонированием для всех возрастов.

Так, в жилом комплексе Legacy будет реализован двор сквер с 22 тематическими зонами: от воркаута и мест для активных игр до зоны со скалодромом и сценой. Инклюзивность, как тренд последних лет, нашла отражение в проекте — интерактивные зоны во дворе-сквере созданы и учитывают интересы всех будущих резидентов.

Среда обитания — новая сакральная формула, которая включает в себя множество переменных. Один из главных элементов этой создаваемой среды — организация пространства внутри ЖК. Но с пространством в Москве все не так просто. Развивая проект за пределами Садового кольца, где-нибудь у Серебряного Бора, или строя курортный город в Покровском-Стрешневе, застройщик имеет хотя бы техническую возможность разбить парк. Но что делать с маленьким клубным ЖК на крайне ограниченной площадке в центре города? С этим небольшим клочком земли, забывшем уже о том, что он должен что-то там из себя живое произвести?

Тренды на рационализм и функциональность позволяют решить задачу. Ландшафтные композиции больше не обязаны поражать воображение роскошью. Растения больше не обязаны быть ни экзотическими, ни редкими. Они должны радовать глаз, быть неприхотливыми в уходе (залог чему — соответствие растения климату) и не быть причиной высоких эксплуатационных платежей для жителей.

Сегодняшняя элита ориентирована на семью. Композиция должна быть безопасной для детей и желательна жизнеспособной настолько, чтобы и самой выдержать осаду маленьких любителей проверить мир на прочность.

Еще один важный тезис: комплексный подход уместен во всем. Любимые слова градостроителей и ландшафтных дизайнеров — гармония, сочетаемость, интеграция. Все в благоустройстве призвано дополнять друг друга: зелень и велодорожки, лавочки и альпийские горки, искусственные водоемы и все, что растет вокруг них, — единое полотно, частью которого становится и сам человек, уже изрядно утомившийся от прогресса, индустриальной гонки и сюрпризов наступающей цифровой цивилизации.

«Спросом пользуются проекты, где благодаря ландшафтному дизайну создается в первую очередь комфортная, вдохновляющая среда для жизни. Например, в «Бадаевском» (проект Capital Group на набережной Тараса Шевченко) парк в стиле «русский лес» разместится под парящими зданиями. Он будет создан с нуля и станет настоящей достопримечательностью района», — отмечает директор по продажам Capital Group **Оксана Дивеева**.

Человек, который родился в прошлом веке и который в веке нынешнем переоценивает прежние ценности. Сегодня он ищет себя не в городе или деревне, он ищет себя в контексте, сотканном из всего того, что дают культура и природа, которые не перестали быть залогом нашего существования.

Вверх и в будущее

Какой новый тренд прорастает сегодня в городских дворах? Строительство мегаполисов по вертикальному принципу — вполне естественная история с точки зрения экономики, другой вопрос, насколько она естественна с точки зрения природы человека. Самые технологичные страны, в первую очередь

Германия и Китай, одними из первых озаботились тем, что по мере роста городов вверх и вширь происходит массовое сокращение зеленых зон, городские джунгли стали каменными. Решение нашлось в той же вертикальной плоскости: если нельзя расширить площадь посадок, значит, нужно поднять их наверх. Тут тренд на экологию буквально визуализировался и расцвел на стилобатах, террасах и кровлях, на всех поверхностях зданий, экономика которых позволяет реализацию такой идеи.

Есть достойные примеры, и не только в жилом сегменте, один из недавних ярких проектов — NivyStation в Словакии (сентябрь 2021 года). Городской и транспортный хаб, где сконцентрированы все необходимые торговые, развлекательные и социальные опции, появился на заброшенной территории рядом со Старым городом Братиславы. Его общая площадь 23 га, а зеленая крыша занимает 12 000 кв. м. И это, разумеется, не просто сад, а общественное пространство с зонами отдыха, беговой дорожкой, площадками для тренировок и прочими благами.

В России этот тренд тоже активно ищет развития: эксплуатируемые кровли московских ЖК все чаще озеленяют, однако в Москве еще не готовы к тому, чтобы реализовать концепцию в полной мере. Причин тому несколько, и первая — климат. По понятным причинам открытые сады на кровлях можно организовывать только в теплое время года, зимние же потребуют куда больших инвестиций.

Вторая причина, по мнению дизайнера Designbypanina studio **Ольги Паниной**, — архитекторы, проектировщики и инженеры не успевают за полетом мысли ландшафтных дизайнеров. «Идея на первый взгляд проста и понятна — нам необходимо создать в любом ЖК биомассу на всех доступных уровнях и поверхностях, которая значительно улучшит локальную экологию, — рассуждает эксперт. — Представьте, если эта практика будет растиражирована, как это пойдет на пользу центру города. Однако создание сложного пирога, необходимого для роста растений, подразумевает множество технологичных решений: по грунту, ливневой системе на кровлях, системе вентиляции. Поэтому пока мы только рассуждаем об этом тренде. Не хватает опыта, а зарубежный в чистом виде нам не подходит, он должен пройти путь адаптации. И конечно, это вопрос инвестиций».

«МАСЛОВО FOREST CLUB» («ГАЛС-ДЕВЕЛОПМЕНТ»)





Самые популярные растения современных ЖК

ДЕРЕВЬЯ. Тот случай, когда сорт не так важен, как размер. Дерево должно быть взрослым, с правильно сформированной кроной. Часто это липа мелколистная, клены красный и остролистный, ирга Ламарка, сосна обыкновенная.

КУСТАРНИКИ. В основном используются кизильник блестящий, спиреи, хвойные кустарники, скажем, можжевельники. Монопосадки кустарников — эффектная и практичная альтернатива традиционному газону.

КОМПОЗИЦИИ МНОГОЛЕТНИКОВ. Используются в любом современном дизайне, не менее 60% в них должны занимать злаки. Это разные виды и сорта молинии, щучка дернистая, вейник остроцветковый. Среди цветущих многолетников в тренде котовник, разные виды шалфея и другие.

О том, что средств на озеленение пока выделяется недостаточно, сетует и главный ландшафтный архитектор Mijj Group **Ирина Рождественская:** «К сожалению, несмотря на очевидность того, что сегодня ландшафт является «лицом проекта», часто он организуется по остаточному принципу. Приоритет отдается строениям, они занимают максимальную площадь, которую позволяют СНиПы. Оставшаяся территория идет под благоустройство, основную площадь которого составляют твердые покрытия, в том числе регламентированные детские и спортивные площадки. А вот все, что осталось после этих обязательных опций, отводится под озеленение. Это касается и пространства, и, соответственно, выделенных средств — на озеленение тратится менее 10% от бюджета на благоустройство».



Роскошная природа вечнозеленого дендропарка окружает REEF RESIDENCE в Сочи. Проект класса делюкс создан на первой линии Черноморского побережья Сочи — с безупречным сервисом и продуманной до мелочей инфраструктурой на 61 уникальный апартамент и две эксклюзивные виллы. На безопасной частной территории в 20 м от моря расположился собственный прибрежный парк с ландшафтным дизайном, с местами отдыха, прогулочными зонами и выходом на свой приватный пляж.

СНиПы и правила пожарной безопасности также могут ограничивать развитие садов на территории жилых комплексов. Разного рода ограничения буквально «запирают» ландшафтников на небольших пятках и тоже мотивируют пристальнее смотреть вверх.

Правильные пчелы

В мечтах о садах на крышах и других поверхностях «зеленые лоббисты» наряду с экологией уже обсуждают и социализацию. Необходимость что-то делать с проблемой разобщенности в большом городе породила, например, «общественные огороды». Причем они вполне могут найти себе место и среди клумб элитного ЖК. Наличие многомиллионного капитала или ипотеки не может существенно отразиться на желании съесть огурец с собственной грядки, а не из супермаркета. Современные дизайнерские огороды тому подтверждение.

Еще одним трендом ландшафтного дизайна для премиальных жилых комплексов стали гипоаллергенные сады: пока это новинка на рынке, и в условиях города идея выглядит несколько утопичной, но заманчивой с точки зрения маркетинга.

Например, концепция благоустройства коттеджного поселка премиум-класса «Маслово Forest Club» включает в себя озеленение общественных пространств исключительно гипоаллергенными растениями. Среди них хвойные и лиственные деревья и кустарники всесезонного цветения — сосны, можжевельники, липы, красные клены, декоративные и луговые растения, рассказали в ГК «Галс-Девелопмент».

По словам Ирины Рождественской, высокой аллергенностью обладают преимущественно ветроопыляемые виды растений, которые можно узнать по очень мелким цветам. Например, это злаки, полынь, береза. «Чтобы создать сад с более низкой аллергенностью, нужно составить ассортимент растений на основе тех, что опыляются насекомыми, имеют крупные цветки — таких как ирга, котовник, рудбекия, пионы, гравилат, герань, шалфей, скабиоза, аквилегия, калина, слива, груша, — перечисляет Рождественская. — Кроме того, необходимо уменьшить площадь газона, который становится сильным аллергеном непосредственно после кошения».

Кстати, насекомопыляемые растения в большинстве своем медоносы и позитивно влияют на экосистему в целом, создавая условия для жизни пчел. Сокращение популяции которых — одна из глобальных экологических проблем наших дней, напоминает эксперт. Возможно, со временем во дворах новых жилых комплексов Москвы рядом с огородами можно будет устраивать и пасеки. ●●



ИВАН ОШАПКИН,
основатель архитектурного бюро Basis



Благоустройство как ключ к истории

Наше бюро специализируется на благоустройстве. К каждому проекту мы подходим с убеждением, что в современном мире важны эмоции, а шаблонное, типичное ни у кого эмоций не вызовет. Только проекты с интересными смыслами, на стыке с искусством сегодня могут впечатлить.

Как создать арт-объект из территории, я постараюсь рассказать на примере проекта благоустройства клубного дома «Левенсон», расположенного в тихой части района Патриаршие пруды. В проекте собрана комбинация из исторических зданий и объектов современной архитектуры. Благодаря смене архитектурных эпох между зданиями сформировалось несколько интересных камерных пространств.

Каждое из этих пространств мы представили в виде отдельной комнаты, дав им соответствующие архитектурные имена. «Площадь» — это входная группа. «Виста» (узкая перспектива, направленная на выдающийся ландшафтный элемент) — это дорожки комплекса, ведущие к акцентно подсвеченной композиции. «Боскета» (участок с живописной изгородью в виде деревьев и кустарников) — это приватные террасы.

Идею художественной концепции определило историческое здание по проекту архитектора Шехтеля. Мы построили нарратив вокруг исторической типографии, выбрав ключевым визуальным образом тушь, а основным цветом палитры — черный. Это смелое решение, но те, кто погружен в арт-контекст, в современный дизайн, его оценят. Глянцевый блеск чернил, текущие формы и полированные поверхности нашли отражение в малых архитектурных формах и их фактурах. Даже вода в ручьях, связывающих все пространства, напоминает тушь благодаря выбранному черному камню, по которому она течет.

Уличная мебель, массивные кадки растений, современные скульптурные формы выполнены из натуральных материалов разных фактур, но в едином темном цвете. Мы тщательно отбирали каждый объект авторского дизайна — керамические скамейки, деревянные лавки, пуфы, кресла, скульптуру, — списывались с авторами и договаривались

о возможности производства и поставки.

Фактуры и материалы проекта варьируются от клинкерного кирпича и черной глянцевой керамики до плитки из вулканического камня, окрашенной в черный цвет стали, дерева и стекловолокна с фактурной обработкой.

Художественная концепция поддержана и при помощи озеленения. Возможно, это первое в Москве пространство, где предпочтение отдается растениям с черными или темно-фиолетовыми элементами. Исключение — черемуха маака со стволом медного оттенка, поддерживающего цвет фасадов нового корпуса, и синеголовник альпийский с голубыми цветами (он же чертополох) из орнамента, расположенного прямо на входе в исторический особняк.

Особое внимание в проекте было уделено деликатному освещению, созданному при помощи встроенных локальных источников света. Такая проработка позволит подсветить кроны деревьев, и тени на мощении сделают пространство более камерным и атмосферным.

Почему нам важно погружаться так глубоко и так тщательно подбирать инструменты, которые смогли бы передать смысл? Во-первых, потому что мы работаем с историческим зданием и хочется выполнить свою работу лучшим образом. Во-вторых, мы хотим, чтобы люди получали здесь эмоции. Чтобы отдыхающему в спокойной обстановке человеку вдруг пришел в голову вопрос: «а почему здесь все черное, почему пространство выглядит так? Явно за этим что-то стоит». И постепенно он пришел бы к ответу про исторический контекст этого места. Благоустройство — как ключ к истории, где пространство рассказывает само о себе.

Мы проверили это решение по своей формуле: проект настолько соответствует месту, что представить его где-то еще невозможно. Те, кто думает, что можно просто скопировать идею, теряют ключ к пониманию места, и пропадает весь смысл.

ВО БЛАГО

ТЕКСТ: ОКСАНА САМБОРСКАЯ

Создание комфортной городской среды и грамотное развитие общественных пространств меняет города. И горожан.

В России в настоящее время действует несколько программ формирования комфортной городской среды. В числе основных — одноименный федеральный проект, работающий с 2017 года. Для малых и исторических городов роль катализатора изменений общественных пространств сыграл Всероссийский конкурс лучших проектов создания комфортной городской среды, стартовавший в 2018 году. В нем участвуют города с численностью населения до 200 000 человек, а также исторические поселения федерального и регионального значения.

Недавно заместитель председателя правительства РФ Марат Хуснуллин поделился цифрами: всего по стране с начала конкурса благоустроили 700 территорий проектов-победителей, среди них 288 парков, 140 улиц и пешеходных зон, 145 набережных, 127 площадей.

Дополнительный конкурс с 2022 года проводится для регионов Дальнего Востока. Всего же, согласно указу президента РФ о национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года, в малых городах и исторических поселениях должно быть реализовано не менее 1600 лучших проектов. Ежегодное финансирование

конкурса увеличено до 25 млрд рублей, из которых не менее 5 млрд должны быть направлены регионам ДФО.

■ Не просто так сквер

Столь серьезное внимание на высшем уровне уделяется скверам и пешеходным улицам не просто так. Отсутствие элементарного комфорта, неухоженность, изношенность городской среды — одна из причин, по которой жители уезжают «за лучшей жизнью» в другие города и регионы.

«До 1990-х годов у предприятий на балансе числились парки, скверы. Когда их передали на баланс муниципалитетов, бюджеты которых зачастую были существенно меньше бюджетов крупных производств, парки начали деградировать и погибать», — рассказывает основатель архитектурной мастерской DA **Максим Долгов**. В конце 2010-х собственники бизнеса столкнулись с тем, что старые сотрудники выходят на пенсию, а молодежь уезжает за лучшей жизнью. Чтобы удержать потенциальные кадры, предприятия начали развивать общественные пространства, места досуга в «зонах влияния». Государство инициативы поддерживает. В результате множатся примеры, когда заброшенные городские участки обретают новую жизнь и становятся центрами притяжения для населения.

ФОТО: ВЕРОНИКА ШАШКОВОЙ; ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ (2)



ПРИРОДНО-ЛАНДШАФТНЫЙ ПАРК «ЦВЕТЫ ДОЖДЯ» («ИЛЬЯ МОЧАЛОВ И ПАРТНЕРЫ»)

Проблема комплексная. Конечно, главная причина вымирания малых городов и оттока населения — социально-экономическая: нет работы и перспектив для молодежи и трудоспособного населения в целом, невозможно получить высшее образование и так далее. «Но если раньше этот фактор был основным, то сейчас, с развитием технологий и возможностей для удаленной работы из любого уголка планеты, состояние городской среды стало таким же важным фактором при выборе места для жизни», — подчеркивает **Ирина Мошева**, управляющий партнер компании Intermark Global. Поправить дело с качеством жилья, масштабам инфраструктуры и уровнем развития общественных пространств новое строительство и программы благоустройства как раз в состоянии.

«Города конкурируют между собой за жителей с высоким уровнем капитала — экономического, социального и культурного. Муниципалитеты хотят привлечь платежеспособных резидентов, готовых развивать местную экономику интеллектуально и тратить деньги внутри города, — уверен **Тимур Абдуллаев**, основатель и руководитель архитектурного бюро Archinform, бывший главный архитектор Екатеринбурга. — Такие люди часто работают удаленно, и благоустройство, напрямую определяющее комфортность жизни в городе, является одним из критериев при выборе места жительства».

Ключевая роль общественных пространств в жизни современных городов объясняется еще и тем, что они выполняют ряд важных социальных функций, в частности, обеспечивают коммуникацию и объединяют городское сообщество, формируют и поддерживают идентификацию жителей с родным городом.

Например, в Мончегорске — город в Мурманской области с населением 40 000 человек — февральский опрос более 1400 жителей выявил, что запрос на тротуары и дороги, общественные пространства, дворы, детские и спортивные площадки приоритетнее, чем тот же ремонт жилого фонда, школ и детских садов. «То, как мы проводим свободное время, где встречаемся, гуляем и отдыхаем с друзьями и близкими, безусловно, важно для нашей повседневной жизни и, как следствие, удержания людей в малых городах», — объясняет руководитель направления «Городская среда» Агентства развития Мончегорска (АРМ) **Дарья Будкова**.



ЖК «РЕКА» («АШИХМИН И ПАРТНЕРЫ»)

■ С чего начать благоустройство

Руководитель архитектурного бюро NOWADAYS office **Наталья Масталерж** подводит под ответ теоретическую базу: «Есть определенная иерархия пространств. Еще в древности существовали городские площади, предназначенные для гражданского волеизъявления, знаменитая античная агора — хрестоматийный пример такого пространства. Есть пространства воспроизводства культуры и образцов городской жизни: в наши дни это торговые улицы, модные городские парки, бульвары для фланирования, площади перед важными музеями и театрами — и весь центр города». Все остальные пространства за пределами частного жилья тоже относятся к общественным (даже палисадники у подъездов, сами подъезды и лестничные площадки, но там пересекается слишком много частных интересов).

Задачи и форматы благоустройства будут зависеть от «исходного материала»: в одном случае нужно просто гармонизировать внешний облик и заменить устаревшие элементы, в другом — создать сложные сценарии, развести потоки



пешеходов или ревитализировать территорию, сделать ее вновь активно используемой.

Заинтересованным предпринимателям благоустройство — бальзам на душу. «Если о проекте перспективного развития территории рассказываем предпринимателям, то они уже рассматривают для себя возможность работы на этом месте, иногда даже опережают процесс, — говорит Дарья Будкова. — Участвуя в конкурсах для привлечения федеральных или региональных средств, мы всегда показываем, что у нас есть пул предпринимателей, которые также готовы вкладываться. Такая синергия позволяет хорошо проработать заявки на финансирование по требуемым критериям. Федеральные органы всегда обращают внимание на консолидацию бизнеса и органов власти».

Сейчас в Мончегорске готовится благоустройство парка им. С. Е. Бровцева, и на смежных с ним территориях АРМ предлагает ряд инвестиционных проектов — как раз для развития торговой функции нового общественного пространства.

«Общественное пространство сегодня — это многофункциональная, связанная общим концептуальным каркасом, адаптивная среда, где могут быть реализованы различные сценарии взаимодействия. Прогулка с детьми может органично перетекать в занятия спортом, посещение тихих мест для чтения книг и так далее. Один из основных трендов — стирание четкой сегментации, отказ от вездесущих заборов как метода зонирования, синергия элементов окружения для различных возрастных групп», — считает партнер архитектурного бюро Syntaxis **Александр Стариков**. Он также отмечает, что в городах становится больше компактных общественных пространств начального уровня — это делает среду более насыщенной, интересной и равномерной.

«Зеленая лужайка, где человеку должно быть место, чтобы размахнуться, кинуть фрисби на 50 м, за которой побежит его собака. Площадь, где нужен мощный символ или скульптура, которая отличит этот населенный пункт от других городов. Уникальные территории, как парк «Зарядье» в Москве, куда съезжаются люди со всего города и даже страны, или как Мещерский парк для спортсменов, где в баре чай вместо алкоголя, — перечисляет различные возможные масштабы и функции основатель бюро Basis **Иван Охапкин**. — И есть районные парки, которые созданы для местных жителей, там большое количество людей и машин могут убить уютную атмосферу. Не всегда больше людей — значит лучше».

Важно, чтобы функционал общественного пространства совпадал с ожиданиями горожан, а для этого надо выяснять их предпочтения и пожелания до этапа проектирования, обращает внимание генеральный директор завода малых архитектурных форм «Новалур» **Арсений Киселев**. И напоминает, что одна из целей федерального проекта «Формирование комфортной городской среды» на 2024 год — увеличение доли вовлеченных в процессы граждан с 10 до 30%.

■ На ошибках учатся

Проектирование общественных пространств — молодая дисциплина, без ошибок тут не обходится. Но накопленный опыт позволяет сделать некоторые выводы. «Для кого мы делаем пространство, как оно будет использоваться этими конкретными людьми утром, днем, вечером, по будням и в выходные, зимой и летом — вот основные вопросы, на которые должен



ПЛЯЖ В СТРОГИНЕ (BASIS)

иметь ответы архитектор до начала проектирования. Если эти данные не подкреплены социологическими исследованиями, велика вероятность заложить в проект неактуальное решение», — подчеркивает руководитель и партнер UNK landscape **Гульнара Сафарова**.

Еще одна частая ошибка — навязывание сценариев. «Изучив потребности, можно механически запроецировать функции: тут у нас спортивная площадка, тут дети, тут сцена и елка, тут еда. Однако жизнь устроена сложнее. Важно оставлять пространства без определенных функций: поляны, укромные уголки, площади для встреч городских сообществ, просто природные зоны для созерцания», — рассказывает Гульнара Сафарова.

Нужно место и для «потребительского волонтаризма», уверен сооснователь архитектурного бюро CORE **Иван Коренков**: передвигать скамьи-конструкторы, сажать, что хочется, на городских огородах и т. п. «Архитектор обязательно продумывает функциональное наполнение, чтобы оно работало в интересах всех пользователей, бизнеса и города. Если программа не соответствует нуждам и запросам пользователей, потенциал места не будет раскрыт, что может привести к его маргинализации: из-за невостребованности пространство будет восприниматься как брошенное, ничье и притягивать асоциальную публику, — объясняет эксперт. — Даже в самой хорошей программе надо оставлять люфт для изменений. Часто люди интерпретируют место гораздо более оригинально, чем можно было бы придумать, и надо дать им участвовать в жизни города, взаимодействовать с ним».

ИВАН КОРЕНКОВ, сооснователь CORE:

«В одном из наших парков кто-то собрал из ромбовидных передвижных скамеек неприличную фигуру. Мы увидели завирусившееся фото в интернете и посмеялись: значит, мы помогли кому-то реализовать тягу к творчеству и пространственному мышлению. Завтра сделают уже что-то более приличное. Не стоит жестко регулировать жизнь пространства, иначе люди туда не захотят приходить».

ТИМУР АБДУЛЛАЕВ, основатель и руководитель Archinform:

«Любое пешеходное пространство работает только как единая система. Фрагментарное благоустройство, не связанное и не объединенное в общий комплекс, не будет функциональным. Необходимо понимать, что покупки совершают и посещают кафе не автомобили, а люди, которых на пешеходных зонах кратко больше, чем на узких тротуарах вдоль проезжих частей». ▲▲

ФОТО ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ (2)



ЖК «ЗОЛОТОЙ» НА СОФИЙСКОЙ НАБЕРЕЖНОЙ (CAPITAL GROUP)

ДЕРЖАТЕЛИ УРОВНЯ

ТЕКСТ: ИРИНА ИВАНЕНКО

Элитный дом требует соответствующего обслуживания, а его обитатели — особого внимания. Стойка ресепшен в лобби, где готовы с улыбкой принять гостей, корреспонденцию и покупки, уже воспринимается как обязательный элемент приличного ЖК, и управляющие компании премиального и элитного сегментов с каждым годом расширяют набор услуг.

В XII веке консьержи (от comte des cierges — «держатель свечей») поддерживали горение свечей в замках. В XX веке привратник-консьерж превратился из старшего дворника и человека, который следит за порядком в зонах общего пользования, в суперфункциональную единицу. Для России, в отличие от Запада, и само слово, и то, что за ним стоит, новы. Но на рынке элитной недвижимости Москвы консьерж-сервис непременно упоминается в описании проектов. «В 2022 году в Москве было проведено исследование, которое показало, что консьерж-сервис не предусмотрен почти в трети проектов жилых комплексов, клубных домов и апартаментов, но уже тогда спрос на подобные услуги был высоким», — вспоминает **Елена Комиссарова**, генеральный директор ГК «БЭЛ Девелопмент». Сегодня девелоперы стараются повышать не только качество строительства, но и качество обслуживания, расширяя сервисы для жителей элитного дома и называя это консьерж-сервисом.

Впрочем, директор по продажам Capital Group **Оксана Дивеева** обращает внимание, что зачастую под это определение попадает как работа управляющей компании, которая может выделить сотрудника, чтобы он принимал от курьеров заказы для жильцов, так и специализированные службы, которые занимаются персональными запросами каждого резидента. По ее мнению, единого стандарта сейчас нет.

■ Старые УК, новые функции

Девелоперы выбирают управляющую компанию с определенными компетенциями по сервисному обслуживанию элитного дома.

«Крайне редко и только в каких-то частных случаях выбирается непосредственно сама служба консьержей», — говорит **Илья Фролов**, управляющий партнер девелоперской компании Stenoy. Он считает важным подбирать такого партнера не по набору услуг, а по способности обслуживать дом в целом, и подключать его к проекту стоит еще до начала

«Консьерж — первое лицо, которое сталкивается с позитивным или негативным опытом собственников. В его базовые функции входит разъяснение правил жителям и ремонтным бригадам, начисления по ЕПД, контроль доступа гостей, помощь в навигации на территории, координация корреспонденции и многое другое»

эксплуатации дома. «Если искать сервисы по отдельности, нестыковки дадут о себе знать», — утверждает эксперт.

Сама компания Stenoу свои проекты ORO (апарт-отель) и ARTEL (жилой комплекс) доверила управляющей компании C&U. Эта же компания выиграла конкурс на управление RED7, комплексом апартаментов на Садовом кольце. По словам **Олега Колченко**, акционера и управляющего партнера «Основы» (девелопер проекта), в функционал УК войдет решение всех сервисных вопросов, включая инженерный сервис, консьерж-сервис, поддержание порядка и чистоты, приватности и безопасности услуг. В RED7 предусмотрено под инфраструктуру около 7000 кв. м с минус первого по четвертый этаж дома: двухэтажный фитнес-центр с бассейном, ресторан, художественная галерея, медицинский центр, супермаркет и другие объекты. А управляющей компании, кроме всего прочего, предстоит справиться с непростой задачей по разделению посетителей открытой инфраструктуры и той, что предназначена только для резидентов.

«Консьерж — первое лицо, которое сталкивается с позитивным или негативным опытом собственников», — говорит директор по развитию юзабилити-компании C&U **Елена Смирнова**. В его базовые функции входит разъяснение правил жителям и ремонтным бригадам, начисления по ЕПД, контроль доступа гостей, помощь в навигации на территории, координация корреспонденции, прием заявок и их распределение между сервисными службами — от вызова беллмена, который подносит багаж, до решения проблем со складированием мусора в ненадлежащих местах и т. д. Для того чтобы предоставлять резидентам расширенный сервис (помимо стандартных услуг, сводящихся к обычным заботам УК), компания может подобрать партнерскую консьерж-службу на тендере или по рекомендации. В любом случае набор дополнительных услуг девелопер продумывает на стадии концепции.

За отдельную плату

По словам основателя консьерж-службы Equilibrium **Михаила Чуева**, для клиентов время дороже денег. Соответственно, главная функция консьержа — экономить время клиента, все остальное — лишь маркетинг.

Как правило, список дополнительных услуг для жителей дома создается на основании их запросов, а понятие комфорта у разных людей, проживающих в одном месте,

ДАРЬЯ ОСТИН,
директор по маркетингу
и PR квартала Prime Park:

«Покупатели премиальной недвижимости все чаще рассматривают консьерж-сервис как одно из ключевых конкурентных преимуществ. Дополнительный уровень персонализированного обслуживания играет ключевую роль в обеспечении максимального комфорта и удобства. Так, в Prime Park консьержи помогают решать практически любые рутинные задачи, например, вызова клининга, химчистки или организации доставки еды на дом».

может сильно не совпадать. И в стандартную платежку эти услуги не включаются и оплачиваются отдельно.

Это может быть уборка в жилом помещении, заказ ремонтно-бытовых услуг, курьерских доставок или такси, бронирование гостиниц, столиков в ресторанах, заказ химчистки, выгул собак, валет-паркинг (услуги по парковке машины), уход за растениями на время длительного отъезда, перечисляет Олег Колченко. Опять же, иногда все это может делать УК силами собственных сотрудников. Но в случае более сложных запросов привлекаются уже профессиональные консьерж-службы.

Например, в жилом квартале «Золотой» на Софийской набережной (проект Capital Group) вместе с управляющей компанией обслуживанием жителей занимается консьерж-сервис элитных отелей HOST. Девелопер хотел не просто предоставить сервис уровня пятизвездочных отелей мирового уровня (у генерального директора HOST **Глеба Крючкова** за плечами опыт управления консьержами в Four Seasons Moscow, InterContinental Moscow и Marriott Grand Hotel), но и подчеркнуть высокий статус проекта. В «Золотом» консьержи погружены в жизнь каждого резидента, знают их привычки, расписание, предпочтения и потребности до такой степени, что без запроса могут подобрать билеты на знаковые события, рассказывает Оксана Дивеева.

По статистике консьерж-компании Sincura Russia, в число самых популярных категорий запросов входят путешествия, досуг, частные и бизнес-услуги — от юридического и налогового консалтинга до подбора персонала, шопинг, красота и здоровье. Уменьшилось за год число запросов о приобретении недвижимости, получении зарубежного гражданства и ВНЖ. «Видимо, все, кто хотел, уже удовлетворили эти потребности», — предполагает **Денис Алексеев**, директор Sincura Russia.

Из заметных тенденций он отмечает значительный интерес клиентов ко всему, что связано со здоровым образом жизни. После пандемии, по данным Sincura Russia, за два года кратно вырос интерес к различным check up программам (комплексному обследованию), клиникам, санаториям, медицинским центрам. Если раньше подавляющее большинство таких запросов поступало от женщин, то сейчас обращается все больше мужчин.

Собеседник Forbes Real Estate также видит увеличение интереса к путешествиям по России — Карелия, Алтай, Байкал, Урал, Камчатка. Клиенты Sincura Russia могут обратиться и за решением, казалось бы, не относящихся к консьерж-сервису задач: «Например, просят порекомендовать подрядчика, чтобы составить бизнес-план по пошиву спортивной одежды».

Действуют локально

В Sincura Russia считают, что сегодня этот бизнес переживает настоящий бум. Денис Алексеев связывает это с тем, что жизнь состоятельных людей стала сложнее: потребности сохранились, а инструментов для их реализации стало меньше. Клиенты потеряли доступ к ушедшим из России международным сервисам, добавляет исполнительный директор компании First Concierge **Александра Бачинина**, партнер по проектам Villagio Estate. Поэтому роль консьержа выросла как в Москве и Санкт-Петербурге, так и в других городах, среди которых генеральный директор HOST Глеб Крючков называет Сочи, Челябинск и Екатеринбург. Он отмечает, что большинство таких служб сосредоточены на локальных запросах. В то же время Equilibrium из Тюмени, например, работает по всему миру.

Михаил Чуев констатирует, что на рынке появляется все больше узконаправленных специалистов и компаний. Они делятся как по территории присутствия, так и по сферам деятельности: «Из последнего, с чем мне приходилось сталкиваться: автомобильный, банный и медицинский консьерж, еще — для владельцев домашних животных, жителей ММДЦ «Москва-Сити», гостей Сочи, участников федеральных форумов, различных клубов и даже экспатов. В Новосибирске ранее существовала компания, которая занималась доставкой товаров, мелкими поручениями и тоже именовала себя консьержем», — рассказывает эксперт.

Собственный консьерж-сервис предлагают крупные компании и медиахолдинги, от «Яндекс Ultima» до Bork, но все это преимущественно онлайн-сервисы, добавляет Крючков: «Мы же за пятизвездочный сервис, когда живое общение и возможность лично познакомиться с сотрудником, кому ты доверяешь свои задачи, — это часть опыта».

Неоднозначный опыт

Эксперты уверены, что со временем будет появляться все больше решений по интеграции консьерж-сервисов не только с застройщиками и банками, но и с другими финансовыми

институтами. Пока больших игроков на этой поляне немного, единые стандарты и различные специализации только формируются. Как и первые кейсы реального использования консьерж-служб в домах.

Например, в клубном доме Artisan на Арбате изначально заложили в проект три входные группы с ресепшеном: ожидалось, что жители будут активно пользоваться услугами консьержей. Но ни потенциальные покупатели, ни уже живущие в доме резиденты не проявили к этой опции интереса, делится наблюдениями директор по продажам и маркетингу клубных домов Turandot Residences и Artisan **Ольга Зыблая**. Владельцы квартир в элитном доме, как правило, уже имеют консьержа от банковской структуры или личного помощника, объясняет она.

С коллегой согласен руководитель проекта Belle Epoque **Алексей Сидоров**. Он отмечает, что не все жители пользуются полным пакетом услуг, «а считать деньги и оптимизировать расходы сегодня в тренде, это касается и премиального сегмента». В Belle Epoque в функционал консьержа будут входить такие опции, как встретить и проводить гостей, получить товары у курьеров таким образом, чтобы жильцы дома с ними не пересекались, принять и передать информацию или корреспонденцию. «Фактически это функции ресепшена с мелкими, не обременяющими услугами без вторжения в частную жизнь жильцов дома», — резюмирует эксперт, считая такой набор оптимальным и востребованным как в бизнес-классе, так и элитном сегменте.

В Capital Group, напротив, планируют и дальше развивать различные форматы консьерж-услуг в проектах. Сейчас в The Book на Новом Арбате услуги, соответствующие концепции известных апарт-отелей, предоставляет УК. Помимо стандартных услуг — бронирования мест в ресторанах, организации экскурсий, покупки билетов на мероприятия, — жители могут, например, взять в аренду дополнительное оборудование для апартаментов (мебель, кухонную технику, компьютер, принтер и т. д.). ▲■

BRUSOV (VOS' HOD)



ЭФФЕКТ ГИБРИДА

ТЕКСТ: УЛЬЯНА МОРОЗОВА

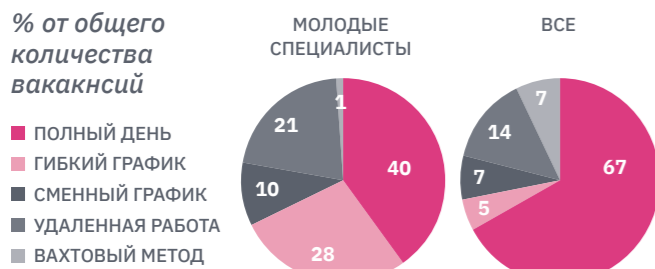


Многие мировые компании столкнулись с отказом работавших удаленно сотрудников возвращаться в офис, сегмент бизнес-центров ощутил на себе снижение спроса. В России из-за короткого периода удаленки и локальных деловых традиций последствия пандемии для рынка коммерческой недвижимости оказались не столь значительны. Но желание работать из дома хотя бы часть времени присутствует. Появление новых форматов работы влияет на рынок офисов.

Ряд исследований подтверждает заинтересованность сотрудников в удаленной или гибридной работе. Например, отчет научно-исследовательского института ADP «Люди на работе» (People at Work 2023: Global Workforce View) показал, что сейчас в мире 65% людей работают по гибридной модели, а аналитическая компания Owl Labs, проведя исследование рынка труда США, Великобритании, Франции, Германии, стран Северной Европы и Нидерландов, констатирует, что 81% менеджеров готовы ради возможности удаленки идти на понижение зарплат.

В России исследование, проведенное сервисами «Работа.ру» и «Ремонт со СберУслугами», показывает, что 14% россиян полностью работают удаленно, а 35% чередуют работу в офисе с работой из дома. Директор службы занятости населения Москвы и центра «Профессии будущего» **Андрей Тарасов** считает, что «такой формат работы остается популярным среди соискателей и работодателей. Доля вакансий, позволяющих работать удаленно, в нашей агрегированной базе в августе 2023 года составляла 4,2%, сегодня — 6,4%». В базе hh.ru для опытных специалистов доля вакансий с удаленным режимом работы составляет 14%, с гибким графиком — 5%. Для молодых специалистов выбор шире: 28% приходится на вакансии с гибким графиком работы, 21% — на удаленную работу.

Предлагаемый график работы в вакансиях



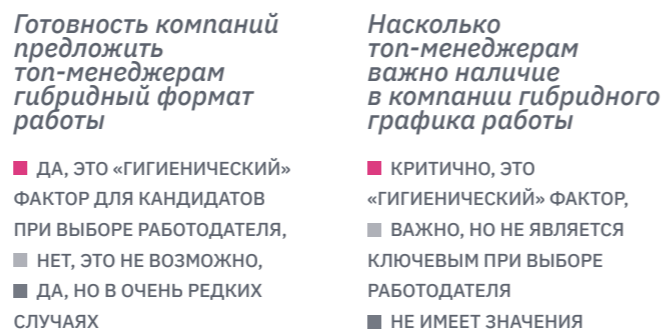
Источник: hh.ru

Не удаленный, а именно гибридный формат работы имеет все шансы закрепиться в корпоративной среде в качестве новой нормы. Директор по развитию CRM-системы для рекрутинга Talantix **Марина Хадина** приводит данные анализа сервиса

hh.ru и CRM-системы для подбора персонала Talantix: «Кандидатам важны именно гибкие условия труда, это четвертый по приоритетности фактор выбора работодателя. И люди не стремятся к полной изоляции: количество отказов от удаленной работы выросло на 21% с сентября 2022 года по сентябрь 2023 года».

Ее наблюдения подтверждает исследование «Идеальная рабочая среда», проведенное совместно компанией Pridex и Ассоциацией менеджеров. Эксперты опросили 100 крупных компаний, и абсолютно все респонденты отметили, что в их компаниях используется гибридный график. Они также поставили его на второе место по важности для соискателей — сразу после заработной платы. Спрос на гибридный формат работы есть и у топ-менеджмента: так, при найме 28% компаний готовы предложить им гибридный формат работы (данные Kontakt InterSearch Russia «Бизнес-тенденции 2024»), а критичность этого фактора отметили 25% управленцев.

Гибридный формат работы



«Пока в России наблюдается кадровый голод, работники диктуют условия, и работодатели к ним прислушиваются, — делится управляющий партнер компании IBC Global **Станислав Ахмедзянов**. — Дополнительный рычаг убеждения — тренд на корпоративную и социальную ответственность: компании стремятся создать привлекательные условия, чтобы удержать таланты и повысить лояльность. Однако в условиях экономического кризиса и роста безработицы равновесие сил может быстро измениться, и работники могут захотеть вернуться в офисы». Значит, компаниям придется обеспечить всем рабочие места.

«Пока в России наблюдается кадровый голод, работники диктуют условия, и работодатели к ним прислушиваются, — делится управляющий партнер компании IBC Global **Станислав Ахмедзянов**. — Дополнительный рычаг убеждения — тренд на корпоративную и социальную ответственность: компании стремятся создать привлекательные условия, чтобы удержать таланты и повысить лояльность. Однако в условиях экономического кризиса и роста безработицы равновесие сил может быстро измениться, и работники могут захотеть вернуться в офисы». Значит, компаниям придется обеспечить всем рабочие места.

Свободных мест нет

Структурные изменения в экономике и бизнесе существенно повлияли на рынок офисной недвижимости Москвы. Как отмечает директор коммерческого управления компании STONE **Кристина Недра**, «рынок трансформировался и с 2022 года перестроился на российский бизнес, который получил активную поддержку государства. Значительную долю всех сделок стала занимать купля-продажа: владение офисом — исторически популярная модель для российского бизнеса, особенно крупного. Учитывая дефицит готового качественного предложения, боль-

шая часть сделок купли-продажи сместилась в строящиеся объекты». То есть даже новостройки уже заполнены.

Данные CORE.XP это подтверждают: за 2022–2023 годы свободных офисов в крупных городах России стало меньше на 40%, сейчас уровень свободных площадей в ключевых бизнес-центрах в среднем не превышает 3,5% (в 2021 году было 4,2%, до пандемии — 3,4%). На март 2024 года наименьшая их доля в Екатеринбурге — 2% и Новосибирске — 1%. В Казани, Краснодаре и Нижнем Новгороде показатель чуть выше среднего среди 14-ти городов — около 4%. Наибольший объем свободных офисов наблюдается в Волгограде (10%), Воронеже (7%) и Омске (6%). В Москве в I квартале 2024 года, по данным NF Group, пустовало 11% в классе А и 6,4% в классе В (затем классификация изменилась, читайте на стр. 42).

«Ситуация в регионах неоднородная. В Саратове, Волгограде много недостроенных зданий, пустующих, непригодных для бизнеса. На Дальнем Востоке из-за бурного развития региона сложилась острая нехватка офисов, вариант один — строить», — рассказывает Станислав Ахмедзянов.

Качественные офисы на исходе

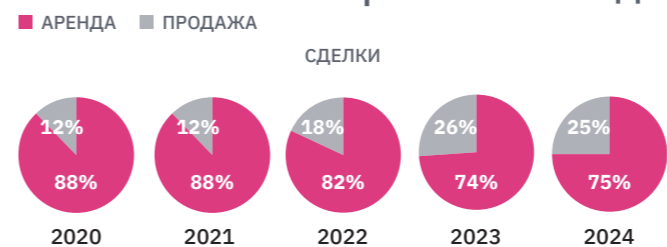
Доля свободных площадей и существующее предложение, март 2024 г.



Источник: CORE.XP

В Москве повышенным спросом пользуются объекты, продающиеся в мелкую нарезку, а активность рынка сопоставима сейчас с началом рекордного 2023 года — 445 000 кв. м куплено в I квартале. По итогу 2024 года возможен ввод 605 000 кв. м новых офисных площадей, однако 64% из них уже законтрактованы/сняты с рынка, а средняя доля вакансии к концу года достигнет 6,9%.

Активность в I квартале 2024 года



Источник: CORE.XP

Как объясняют в Pridex, в сделках купли-продажи можно увидеть последствия влияния гибридного формата на спрос — речь о значительном росте доли конечных пользователей. Для бизнеса приобретение офиса в собственность — это и способ надежно инвестировать средства, и возможность самостоятельно распоряжаться пространством.

Будущее кабинетов

Сегодня наиболее востребованы помещения с отделкой, отмечает **Роман Щербак**, директор департамента офисной недвижимости Praedium. После ухода иностранных компаний в 2022–2023 годах на рынок вышли офисы с качественной чистовой отделкой и были быстро разобраны. Из-за изменения цепочек поставок и остановки прямого сотрудничества с привычными поставщиками строительство и отделка стали дороже (по данным CORE.XP, только за 2023 год на 13–40%, в зависимости от категории отделки), но и аренда неподготовленного офиса ведет к значительному росту затрат для компании. Поэтому спрос на готовые помещения высокий, предложение в дефиците, арендуются даже объекты, которые стоят в плане под снос через два-три года.

Запросы арендаторов руководитель коммерческого департамента West Wind Group **Елизавета Ильюхина** условно делит на три категории, каждая соответствует определенным трендам. Постепенно становятся нормой новые помещения/пространства «для бытовых нужд»: душевые для сотрудников, скайп-румы, места для отдыха, игр и спорта. Более того, в офисную среду вторгаются такие необычные помещения, как кальянная или постирочная. Третий пул запросов связан с трендом на здоровую среду: нужны мощнее вентиляция, больше воздуха и естественного освещения.

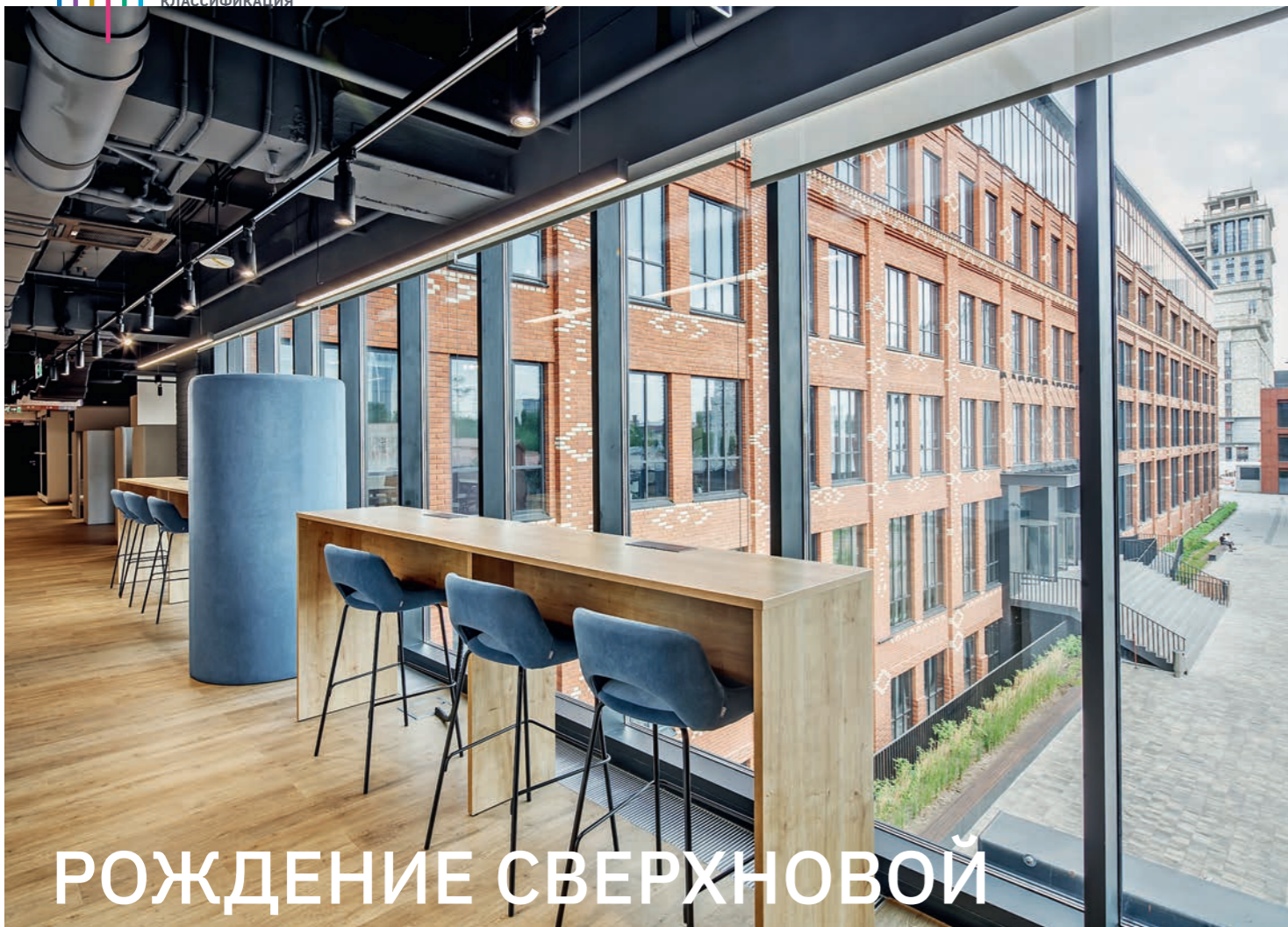
Заметным «эффектом гибрида» является продолжающийся рост спроса на сервисные офисы. Сейчас вакансии в этом сегменте в Москве составляет рекордно низкие 8% (данные Pridex). Подобные пространства уже адаптированы под различные форматы работы и обладают всей необходимой инфраструктурой. По данным CORE.XP, в начале весны на рынке столицы действовало 159 гибких офисов общей площадью 410 000 кв. м (это 6–7% от общего объема офисов на рынке). До конца 2024-го будет введено еще около 26 000 кв. м, но вакансии не вырастет.

Общая площадь действующих гибких офисов



Источник: CORE.XP

В регионах, по данным IBC Global, формат гибких офисов еще только приживается: пока молодежь, скорее, предпочтет работать в небольших кофейнях, чем в коворкинге. Вариант один — терпеливо формировать бизнес-культуру и спрос. ▲●



РОЖДЕНИЕ СВЕРХНОВОЙ

ТЕКСТ: УЛЬЯНА МОРОЗОВА

В мае ведущие консалтинговые компании в составе Moscow Research Forum (MRF) презентовали рынку обновленную классификацию офисной недвижимости. В соответствии с ней в ближайшие годы компании NF Group, IBC Real Estate, CMWP, Nikoliers и CORE.XP планируют реклассифицировать более 1500 столичных объектов.

«Рынок офисной недвижимости России помнит четыре версии классификации, все они преследовали цели, актуальные в каждый период времени», — напоминает руководитель департамента исследований и аналитики Nikoliers **Татьяна Дивина**. Первая попытка относится к 2003 году, когда рынок активно рос и ему были необходимы корректные ориентиры для развития. По сути, первый документ включал базовые определения и правила. В 2006-м, когда объем рынка увеличился в 2,8 раза, появилась необходимость актуализации информации.

К 2013 году сегмент увеличился еще в 2,3 раза, разнообразие предложения качественных бизнес-центров подтолкнуло экспертов внести классификационные уточнения. И до текущего года «система координат» офисного рынка,

разработанная и затем доработанная «большой пятеркой» международных консультантов, не менялась.

Между тем за последние 10 лет объем площадей вырос в 1,5 раза, рынок вышел за МКАД (ранее это казалось нереальным для офисов класса А), образовались новые деловые районы. Строить офисов стали меньше, но сами проекты получались сложнее и разнообразнее.

Кроме того, после 2019 года изменилось само восприятие офисных помещений: теперь это место для совместной деятельности, которому, помимо рабочих столов, требуются

1,5 раза вырос объем офисных площадей за последние 10 лет, рынок вышел за МКАД

ФОТО ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ (2)



зоны отдыха и где нужны инновационные технологии для поддержания как очного, так и удаленного взаимодействия.

Портрет пользователя включает черты представителей уже трех поколений, а значит, расширился спектр требований к рабочему пространству: уединенные зоны, закрытые кабинеты (для «иксов»), открытые пространства, которые способствуют командной работе и обмену идеями (для миллениалов), инновационность и технологичность в решениях (для постмиллениалов).

Как создавалась классификация

В декабре 2023 года аналитики MRF разработали анкету, которая включала в себя 36 вопросов. В опросе приняли участие 65 респондентов, большая часть из них — девелоперы (43%), консалтинговые компании (21%), арендаторы (11%). «Из 26 критериев классификации офисных центров 2013 года лишь четыре являются удовлетворительными для большинства (65% респондентов), 22 критерия потребовали уточнения, шесть из них неудовлетворительны более чем для 50% опрошенных», — рассказывает партнер NF Group **Ольга Широкова**.

После обработки результатов опроса консультанты сформировали драфт классификации и провели пилотный анализ 20 объектов; данные девелоперы предоставляли по собственной инициативе. По итогам «тестирования» классификации участники MRF доработали драфт и подготовили финальный формат документа.

Ключевые изменения

По словам самих консультантов, новая классификация ориентирована на такие параметры, как измеримость, точность и прозрачность. «Сам документ стал почти в два раза больше, число слов увеличилось с 931 до 1915, — шутит руководитель департамента исследований и аналитики IBC Real Estate **Екатерина Ногай**, сравнивая документы 2013 и 2024 годов. — Новая классификация включает в себя четыре класса бизнес-центров: новый класс — Prime, А, В, В-, семь категорий и 42 критерия, по которым ведется оценка объектов».

В ходе работы над документом было внесено 18 новых пунктов классификации, 24 пункта обновлены и дополнены, а два — исключены.

Класс А оценивается по 25 обязательным и 17 факультативным параметрам, для В+ обязательны 16 параметров,

28-ми обязательным критериям обязаны соответствовать лучшие из лучших

а 26 — дополнительные, для объектов В- к обязательным относятся семь параметров, к факультативным — 35. Для всех классов допускается недобор по двум обязательным критериям, а полноценное соответствие трем факультативным может заменить один обязательный, но не для класса Prime. Таким образом, классификация поощряет усилия собственников по наполнению зданий современными «фишками» для конечных пользователей и горожан. Все здания, которые не отвечают предъявляемым к верхним четырем классам критериям, попадают в класс С.

Ряд параметров был смягчен — например, принадлежность здания одному собственнику больше не является обязательной для класса А, и только это способно в ближайшее время увеличить класс А примерно на 1 млн кв. м за счет новых проектов, которые продают внарезку. Ряд, наоборот, ужесточили (увеличился шаг колонн для Prime- и А-классов до 8,1 x 8,1 м). Глубина этажа увеличилась до предельных 12 м для 75% офисных площадей.

В документе уточнили требования к центральному системному управлению зданием. Для классов Prime и А добавилось наличие грузового лифта с доступом к месту разгрузки. Максимальный период ожидания лифтов в утренний час пик увеличен до 45 секунд для класса А (ранее критерий составлял 30 секунд), для класса Prime он остался 30-секундным.

Близость к станциям метро, Московских центральных диаметров (МЦД) и Московского центрального кольца (МЦК) становится важнее парковки: время пешком до станций сокращено с 15 до 10 минут, а требования по количеству парковочных мест для бизнес-центров внутри Садового кольца уменьшены в два раза, для зданий вне Садового — в 2,5 раза.

Что такое Prime

По словам **Полины Афанасьевой**, руководителя департамента исследований и аналитики CMWP, к этому классу относятся объекты, у которых «нет права на ошибку»: «Лучшие из лучших обязаны соответствовать 28-ми обязательным критериям. Допускаются два несоответствия, но это не может касаться инженерии, локации и собственности. То есть объект должен иметь полное современное качественное инженерное оснащение, находиться внутри ТТК, МДЦ «Москва-Сити» или Ленинградского коридора и принадлежать одному собственнику».

УК для объектов этого класса должна управлять портфелем общей площадью не менее 50 000 кв. м, включая офисные здания не ниже класса А. Сертификация по стандартам оценки экологической эффективности зданий стала обязательна, но признаются любые международные и национальные стандарты.

Первыми бизнес-центрами класса Prime стали «Белая площадь», «Романов двор», AFI2B, Four Winds Plaza, «Белые сады».

Последствия

Классификация актуализировала параметры для оценки недвижимости с учетом изменившегося рынка. Факультативные пункты могут стать ориентирами по развитию, подсказками на будущее. «Это понятная система координат, она поможет конечным пользователям, арендаторам, которые нуждаются в ориентирах при выборе площадей, и даст собственникам возможность определить коммерческие условия для клиента», — заключает директор отдела исследований рынка CORE.XP **Василий Григорьев**.

Профессиональные девелоперы рассматривают новую классификацию как ориентир для будущих проектов, инструмент прогнозирования, а также оценки здания арендаторами или покупателями. Рынок сильно трансформировался с 2013 года, подтверждает коммерческий директор компании O1 Properties **Павел Барбашев**. «Классификация бизнес-центров — это катализатор комфорта и качества жизни для сотрудников компаний-арендаторов», — определяет он. Директор по коммерческой недвижимости компании AFI Development **Сергей Баранов** говорит о создании более качественных объектов с учетом трендов в области планирования офисного пространства, энергоэффективных технологий, систем автоматизации здания и экологичности.

«Введение нового класса Prime с повышенными техническими требованиями — долгожданный шаг для дальнейшего развития офисного сектора», — считает управляющий директор компании Pridex **Дмитрий Вишняков**. По его словам, технологичные критерии, такие как мобильный доступ в здание, автоматизированное управление парковкой, важны для каждого современного проекта.

За последние пять лет офис стал важнейшим инструментом привлечения и удержания персонала, особенно для

крупных компаний — именно они обеспечили основной объем сделок купли-продажи по итогам прошлого года, напоминает эксперт: «Компании хотят, чтобы их офисы были активными, способствовали повышению мотивации и продуктивности сотрудников, в конечном итоге — улучшению показателей эффективности бизнеса, его прибыльности. Уже сформировались новые требования к рабочим пространствам: зонирование с учетом гибридного формата работы, цифровизация офисной среды, управление пространством». Все вышеперечисленное может в обозримой перспективе стать частью нового рыночного стандарта.

«Ценно, что новая классификация движется в направлении систематизации критериев современного продукта и учитывает решения, которые в ответ на изменяющийся рынок и потребительский спрос девелоперы реализуют в проектах», — подчеркивает заместитель генерального директора компании STONE **Виктория Васильева**. — Такая методология делает рынок более прозрачным и стимулирует застройщиков непрерывно улучшать продукт».

Пока девелоперы строят планы, и для экспертов работа не окончена. Следующий этап — внедрение в рынок и реклассификация объектов класса В (около 12,5 млн кв. м площадей, более 1300 зданий) и класса А (около 5,5 млн кв. м, более 200 зданий). Алгоритм этого процесса подразумевает, что либо собственники добровольно предоставляют все необходимые данные для оценки, либо пересмотр класса инициируют консультанты. При отказе предоставить данные бизнес-центр попадает в категорию неквалифицированных.

Подготовка аналогичной классификации ведущими консалтинговыми компаниями в составе Moscow Research Forum планируется также для Санкт-Петербурга и регионов. ▲▲



СВОЯ НОША НЕ ТЯНЕТ

Директор коммерческого управления STONE КРИСТИНА НЕДРЯ о том, почему компании переориентировались с арендной модели на покупку собственных офисов и что готов предложить им рынок.

Спрос и предложение

Количество сделок купли-продажи офисов в 2024 году, равно как и годом ранее, продолжает увеличиваться в общем объеме транзакций с офисной недвижимостью. Тренд обусловлен не только активностью инвесторов: с прошлого года мы как профессиональный офисный девелопер, реализующий блоки на продажу уже несколько лет, отметили существенный прирост доли конечных пользователей в сегменте. Компании смотрят и выбирают для себя офисы в строящихся объектах не только на перспективу расширения и переезда, но и для собственной финансовой стабильности.

В приоритете — класс А, и важность фактора локации уступает место транспортной доступности, которая вышла в число приоритетных требований клиентов к новому качественному офису. Сегодня мы видим расширение офисной географии — основной объем нового предложения концентрируется в радиусе 2-3 км от ТТК, рядом с крупными транспортными хабами.

По оценке STONE, в качественных столичных бизнес-центрах в границах МКАД, продающихся блоками и запланированных к вводу до 2025 года, сейчас реализовано уже более 60% площадей. Купить «офис в стройке» становится для компании оптимальным решением. Оно позволяет совместить адекватный уровень расходов с гибкими программами рассрочки до конца строительства и получить в итоге современный офис, который не устареет морально в ближайшие годы.

Стабильность бизнеса

В структуре продаж STONE доля конечных пользователей достигла 50%, 30% от реализованных площадей составили крупные блоки от 5000 кв. м. Государственные компании, промышленный сектор и финансовые организации четко определились с позицией приобретения этажей или даже корпусов под штаб-квартиры. Этот тренд подхватил малый и средний бизнес: компании укрепляют позиции на фоне импортозамещения и развития производств



в России и таким образом стремятся обезопасить себя от арендных рисков в будущем. Выбирают блоки до 150 кв. м. Для малого бизнеса модель покупки позволяет чувствовать себя более устойчиво: нередко оставшиеся небольшие блоки в бизнес-центрах забирают под себя якорные арендаторы, а малые структуры вынуждены искать компромиссы, если живут по модели аренды. Рассматривая вопрос покупки офиса, предприниматели берут в расчет и тот факт, что затраты на ремонт и отделку помещения сопоставимы со стоимостью аренды на срок до двух-трех лет и окупаются в дальнейшем.

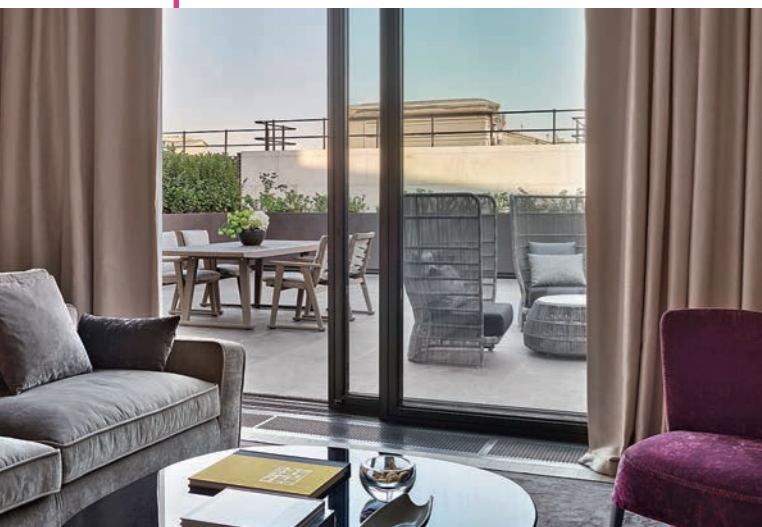
Владение недвижимостью не только подчеркивает стабильность бизнеса любого масштаба для клиентов: наличие собственности — это также маркер устойчивости компании для банков, что позволяет МСП легче получить кредит на развитие бизнеса.

Творцы стандартов

Создавая офисный продукт и ориентируясь на запросы конечных пользователей, системные девелоперы ставят в приоритет комфорт будущих сотрудников. Упорядочить работу над концепциями проектов с учетом постоянно растущего портфеля (сегодня у STONE уже девять бизнес-центров на разной стадии реализации) нам помогли стандарты, которые соответствуют чек-листу крупных компаний. Базовые ценности — комфорт и функциональность — формируются концепциями Healthy building («здоровое здание») и be CITIZEN (для активных горожан), которые сохраняют продуктивность резидентов. In-out-around (переводится как «удобно добираться в центр и из центра, перемещаться по городу». — Прим. ред.) — это доступность всех видов транспорта рядом с бизнес-центром, а также средств городской мобильности. Инфраструктура объектов создается по принципу разнообразия: не только самое необходимое, но и вдохновляющие объекты, такие как спа и рестораны высокой кухни. Наконец, физическое и ментальное здоровье, которое поддерживается как наличием воркаут-зон рядом с объектом, так и интеграцией искусства в интерьеры бизнес-центров. Поэтому, делая выбор в пользу покупки строящегося офиса сейчас, конечный пользователь может быть уверен: результатом его инвестиций станет не только финансовая стабильность бизнеса, но и объект, который будет «работать» на имидж и благополучие сотрудников. ▲●



ФОТО ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ (3)



STELLA DI MOSCA



AQUAMARINE HOTEL MOSCOW

ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ ПО СТАНДАРТУ

ТЕКСТ: МАРИНА СКУБИЦКАЯ

Максимально быстро, высокотехнологично и персонафицировано — таким хотят видеть отельный сервис постояльцы современных гостиниц в Москве. А настоящий комфорт в их понимании — это когда в отеле можно жить, не отказываясь ни от одной из домашних привычек.

Подстегиваемое обстоятельствами развитие внутреннего туризма в России позволило столичному гостиничному рынку существенно улучшить операционные показатели в I квартале 2024 года. Понятно почему: турпоток в Москву растет. Так, по данным CORE.XP, в январе-феврале 2024 года он увеличился на 25% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил более 3 млн турпоездов. А доходность на номер в качественных московских отелях с января по март 2024 года увеличилась на 56% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, до 7100 рублей. Выросла как средняя загрузка объектов (+7% за год), так и средняя цена за номер — на 40%. Партнер компании CMWP **Марина Усенко** отмечает, что рост доходности происходит в основном за счет роста цены, что является, в том числе, признаком дефицита качественного номерного фонда в столице.

Постепенно новые отели, конечно, появляются на московском рынке: в первом квартале открылся Stella di Mosca 5* на 65 номеров. По данным CORE.XP, до конца года заявлено открытие еще от шести до восьми отелей в общей сложности на 1000 номеров. Однако, по словам заместителя директора подразделения индустрии гостеприимства отдела стратегического консалтинга CORE.XP **Дмитрия Париноса**, в краткосрочной перспективе подобной динамики не ожидается.

Если рост турпотока в ближайшее время сохранится, смогут ли существующие отели вместить всех желающих — вопрос.

Еще больший вопрос: как эти отели будут соответствовать представлениям современного клиента о комфорте, если учесть, что представления эти, как и все в нашей нынешней жизни, трансформируются с невероятной быстротой.

Темпо, темпо!

Скорость, высокие технологии, индивидуальный подход — вот основные требования, которые, помимо обязательного «качественный сон и завтрак», сегодня клиенты предъявляют к отелю. «Все более важными становятся цифровизация и автоматизация процессов: гости ожидают быстрого и удобного доступа к информации, бронированию номеров, услугам и обратной связи через мобильные устройства и онлайн-платформы, онлайн чек-ин», — говорит директор по развитию бизнеса в России и СНГ Vertical Hotels **Раиль Муфазданов**.

Основатель и совладелец ZONT Hotel Group **Александр Гендельсман** называет среди обязательных элементов высокоскоростной Wi-Fi, быстрый, надежный и легкий в подключении. А генеральный менеджер отелей Edge Seligerskaya и Edge Vinogradovo **Александр Тимохин** в перечне новых опций, появившихся на рынке, особо отмечает интеграцию в гостиничные системы голосовых колонок и возможность заказа услуг отеля через QR-коды.

Одновременно из проектов исчезают «устаревшие» опции. «Бизнес-центры, где раньше можно было поработать на компьютере, уже практически не используются, так как у большинства людей есть ноутбуки, планшеты и смартфоны.

Телевидение теряет актуальность — у гостей свои медиа-устройства, — перечисляет Александр Гендельсман, — как и телефоны в номерах: сегодня достаточно телефона с несколькими кнопками для связи с ресепшеном, рестораном, горничной и консьержем. Уходит в прошлое проводной интернет».

Сделайте мне «как дома»

В целом потребности гостей развиваются в сторону «удобно и привычно»: клиенты очевидно ожидают удобств, сопоставимых с домашними. Необходимыми элементами становятся бассейны, фитнес-залы, спа-салоны. Люди, привыкшие посещать бассейн рядом с домом, не хотят отказываться от привычек, живя в отеле.

Душевые кабины гости одобряют: все меньше людей устанавливают дома ванну. «Сегодня даже в пятизвездочных отелях чаще всего оборудуют душевые, а ванна — это теперь элемент роскоши», — делится наблюдениями Александр Гендельсман. «Умные системы» интересны в основном тем, кто использует их в собственной квартире: по словам эксперта, «умный дом» и голосовые помощники пока не получили широкого распространения, гости не хотят тратить время на их изучение.

То, что «вести в поездке привычный образ жизни» становится основным запросом со стороны гостиничных постояльцев, подтверждают данные сервиса онлайн-бронирования отелей и апартаментов Ostrovok.ru. В топ-10 самых популярных фильтров, которые используют клиенты при выборе отелей 3, 4 и 5 звезд в Москве, входит наличие завтрака, интернет, бассейн, спа-услуги, кондиционер, фитнес. Но важнее всего высокая оценка другими пользователями: чаще всего ищут варианты с оценкой от 8 баллов. Репутация и лояльность клиентов, о которой столько говорят игроки рынка, действительно стоит того, чтобы в нее вкладываться.

О важности подхода

Но самый главный (и, кажется, самый парадоксальный) тренд — на персонафикацию. Да, индустрия гостеприимства предполагает максимальную клиентоориентированность, но отель априори представляет собой объект со стандартными номерами и четкими требованиями к наполнению и сервису, от которых зависит та самая звездность. «Сегодня отели все больше отходят от единого шаблона обслуживания и предлагают индивидуальный подход к каждому гостю, учитывая их предпочтения и потребности с помощью аналитики данных», — рассказывает Раиль Муфазданов. — Например, предлагают конкретные услуги, еду и напитки с учетом их предпочтений».

Функциональность номера, казалось бы, регламентированная четче некуда, подстраивается под нужды гостя. А нужды эти у современного потребителя могут быть самые разнообразные. Как рассказали Forbes Real Estate в сервисе Ostrovok.ru, нередко туристы имеют четкие требования к элементам дизайн-оформления и оснащения номера. Однажды менеджеры спортивной команды попросили в номерах снять телевизоры и убрать содержимое из мини-баров, чтобы спортсменов ничто не отвлекало от тренировок.

Отельеры сегодня проявляют чудеса гибкости уже при формировании номерного фонда, заранее рассчитывая его на все случаи жизни. «В наших отелях есть специальный этаж с двухместными номерами twin с удлиненными кроватями 2,2 м, есть этаж со встроенным гигиеническим душем в каждом но-

На **56%** увеличилась доходность на номер в качественных московских отелях с января по март 2024 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года

мере для гостей разных религиозных конфессий. Можно выбрать номер с ванной или душевой кабиной, с различной высотой потолка, с разным видом на город, а также есть опция выбора подушек», — приводит примеры Александр Тимохин.

Кроме того, как подчеркивает Александр Гендельсман, в городских пятизвездочных отелях часто можно встретить услугу батлера — персонального помощника, который полностью заботится о госте, решая за него все бытовые вопросы. Там, где подобная должность не предусмотрена, батлером может стать любой сотрудник. «Гость желает получить решение от любого сотрудника отеля, к которому он обратился, в кратчайшие сроки. А это значит, что все сотрудники — от администратора до менеджера — должны обладать необходимыми компетенциями», — уверен Тимохин.

Ничего лишнего, все нужное

По площади номеров тенденции в гостиничном сегменте схожи с теми, что уже давно наблюдаются на рынке жилья. Никакой гигантомании, только функциональность. Квадратных метров нужно столько, чтобы поместились хорошая кровать, небольшой мягкий уголок и рабочее место, мини-кухня или чайный столик. Обязательны кондиционер и много розеток. Все остальное — «в сад», в смысле в общественные пространства. «В современных концепциях дизайна явно прослеживается тенденция к уменьшению площади стандартных номеров, каждый квадратный метр должен быть максимально функциональным», — отмечает Раиль Муфазданов. — Отели все больше внимания уделяют общественным пространствам: лобби, барам, коворкингам и другим общедоступным зонам».

В мебелировке также ничего лишнего. По словам операционного директора компании — производителя мебели «Монзе» **Александра Шнурко**, техзадания от отелей разных ценовых сегментов отличаются материалами и дизайном, сам же набор предметов стандартный и рассчитан на небольшую площадь: «Крайне редко встречаются запросы на мебель-трансформер, в основном в апарт-отелях. А в гостиницах классического типа «преобразование жилого пространства» несколько раз в день гостям неактуально.

Как и многое другое, что раньше капризно называлось необходимостью, а теперь покорно считается излишеством. ▲●



STELLA DI MOSCA

Вот это номер

Нестандартные запросы туристов на сервисе онлайн-бронирования Ostrovok.ru: деревянный пол и гибкий шланг у душа; номер в зеленых тонах с определенным цветом постельного белья; кресла с цветными (а не с острыми) подлокотниками; номер без телевизора и мини-бара.

ФОТО ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ (3)



ДЕВЕЛОПМЕНТ СО ВКУСОМ

Гастрономический туризм способен превратить депрессивную территорию в модный курорт, а место со вкусной едой — повысить цену любой недвижимости рядом, от дач до офисных центров.

ФОТО ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ (2)

ТЕКСТ: ЕЛЕНА ВИНОГРАДОВА

Возможность отправиться в историко-культурную поездку — один из самых важных аргументов при выборе направления для отдыха: с этим согласны 70% самих туристов и турагентов, выяснило Агентство стратегических инициатив в исследовании российского внутреннего туризма.

И все же одной духовной пищи недостаточно: у путешественника, особенно состоятельного, в ежедневную программу музеи могут и не входить, а вот ресторан или кафе там будут обязательно, говорит основатель консалтинговой компании Like4Like **Ирина Орландини Авруцкая**. Они влияют на фактор счастья туристов и на их расходы, поэтому чем больше хороших ресторанов, тем больше денег они приносят региону.

Рецепты для сложной географии

Совладелец лесного курорта «Ефимов бор» **Дмитрий Васильев** рассказывает, что кулинария изначально в основе концепции: «Она способна повысить статус проекта и стать его очевидным конкурентным преимуществом». Десять лет назад он с партнерами выкупил заброшенную территорию советского дома отдыха в 40 км от Калязина, в сосновом бору на слиянии рек Нерль и Сабля. Но на лесных и речных богатствах преимущества заканчивались — курорт находится, как говорит сам его владелец, в довольно сложных географических условиях: далеко от городов, быстрых автодорог и раскрученных достопримечательностей.

Учредители отреставрировали здание гостиницы 1963 года постройки, благоустроили территорию, продумали всевозможные развлечения для гостей: библиотеку, летний кинотеатр, игровые павильоны, лыжи и коньки зимой, велосипеды, лодки и сапы летом, и хотели предоставлять большинство этих развлечений гостям бесплатно, что потянуло за собой достаточно высокий средний чек. «Условно, если все вокруг предлагали просто номер за 2000 рублей в сутки, нам нужно было объяснить, почему у нас отдых в три раза дороже», — вспоминает Дмитрий Васильев.

В итоге партнеры сделали ставку на авторскую кухню ресторана уровня из сезонных продуктов и даров леса — от березовых брусничек в настойках до грибов и речной рыбы. Шеф-поваром ресторана стал выпускник школы Ragout Станислав Озеров. Сейчас почти в каждом отзыве о курорте гости отмечают вкусную еду. «Мы видим, что многие приезжают к нам вкусно поесть, из-за этого остаются на более длительный срок — потому что за это время их ждет разнообразное меню с авторскими блюдами», — гордится Дмитрий Васильев.

Ставка на гастрономию сыграла, и в «Ефимовом бору» стали развивать это направление. По инициативе шеф-повара на курорте разбили огород, за которым при желании могут ухаживать и гости, и открыли сыроварню. В планах на будущее — строительство еще одного ресторана, ведь в Калязине и окрестностях практически нет мест, где можно вкусно поесть, рассказывает Васильев.

Хорошая гастрономическая история — один из поводов для гостей задержаться на курорте подольше, недели на две-три, соглашается **Дарья Афанасьева**, инвестор историко-культурного кластера «Озеро Наговье» в Тверской области. Проект с инвестициями более 800 млн рублей включает в себя пятизвездочный отель «Времена года», ресторан русской кухни «Куропаткинь» и усадьбу военного министра времен русско-японской войны, генерал-адъютанта Алексея Николаевича Куропаткина, построенную в конце XIX — начале XX века.

«Мы сразу решили, что будем развивать ресторан как отдельный проект, не только гастрономический, но и культурный, и сосредоточились на провинциальной усадебной русской кухне, достаточно простой, но очень вкусной. Восстанавливаем исторические рецепты, в которых ощущается влияние и литовской кухни, и псковской, и тверской, адаптируем их к современным потребностям и продуктам», — делится опытом Дарья Афанасьева. Еда привлекает в отель и постоянных, и новых гостей: из соседних городов приезжают специально на тематические гастрономические вечера и дегустации.

Ресторан дал импульс для развития и местному бизнесу — фермерам, поставляющим продукты, и рукодельницам, приносящим свои работы в сувенирный магазин. За оживлением

«ЕФИМОВ БОР»





«ЕФИМОВ БОР»



«ВРЕМЕНА ГОДА»



«ВРЕМЕНА ГОДА»

бизнеса тянется инфраструктура, строятся дороги и коммуникации. Растет и стоимость земли в получившем популярность районе, появляются новые проекты. «В этом году мы получили запрос на строительство дальних дач с большими наделами земли. Их хотят выкупить и передать нам на обслуживание», — рассказывает она еще об одном проекте.

«Мы замечаем, что многих интересует покупка участка напротив, и те, кто продает здесь землю, уже рекламируют ее за счет соседства с нашим курортом», — подтверждает Дмитрий Васильев из «Ефимова Бора».

■ Пастила, ежи и премии

Еда помогает обновить имидж целых регионов. Гастрономический туризм — один из самых эффективных способов «перезапустить» территорию, уверена Орландины Авруцкая: это дешевле и быстрее, чем создавать культурно-событийную программу или возводить коммерческий объект типа аттракционов или аквапарка.

Один из самых убедительных примеров тому — маленькая подмосковная историческая Коломна, превратившаяся в еще более популярный туристический центр благодаря бренду «коломенская пастила». Сегодня здесь 200 малых предприятий: дизайн-студии и производство упаковки, гостиницы и гостевые дома, кафе и кофейни, напоминает один из инициаторов создания коломенского музейного кластера, президент клуба «Наследие и экономика» **Дмитрий Ойнас**.

А началось все с того, что в 2009 году группа инициативных предпринимателей возродила производство яблочной пастилы и создала в старом доме посвященный ей музей. Обошлось это в 1,5 млн рублей. Состояние исторического квартала Коломны тогда было депрессивным, вспоминает эксперт. Но туристам так понравилась сама пастила и рассказы о ней, что



ФОТО ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ (5)

музей окупился через полгода, и на его основе началось создание музейного кластера с благоустройством городского пространства.

Теперь только «сладкий» музейный кластер — это пять музеев, три исторических производства, несколько гастрономических объектов и колхоз Достоевского с яблоневыми садами, а посещает его более 60 000 человек в год, рассказывает гендиректор АНО «Коломенский посад» **Наталья Никитина**.

Всего на город с населением в 133 000 человек около 60 музеев, у большинства экскурсии расписаны надолго вперед, а вокруг них сопутствующая инфраструктура. Кстати, в Коломне, по данным портала IRN.ru, квадратный метр стоит более 106 000 рублей, больше, чем во многих городах дальнего Подмосковья.

Село Териберка в Заполярье, прославившееся десять лет назад как символ безнадежности в номинированном на «Оскар» фильме Андрея Звягинцева «Левиафан», на самом деле один из самых престижных туристических центров страны, и превратилось в него тоже не без помощи гастрономии. Возрождение Териберки началось в 2015 году с гастрономического фестиваля фермерского кооператива LavkaLavka. Репортажи и посты о том, как столичные рестораны и музыканты ели морских ежей и другие деликатесы арктической кухни, так впечатлили всю страну, что уже на следующий год в село хлынул поток туристов. В 2023 году Териберку с населением 522 человека посетило, по данным администрации Мурманской области, около 80 000 туристов. Манит в Арктику не только кухня, конечно, но и северное сияние, Драконий пляж, наблюдение за китами.

Еда позволяет сформировать сильнейшую эмоциональную связь с местом, и именно поэтому она — отличное средство создать новый бренд территории, считает сооснователь Bellini

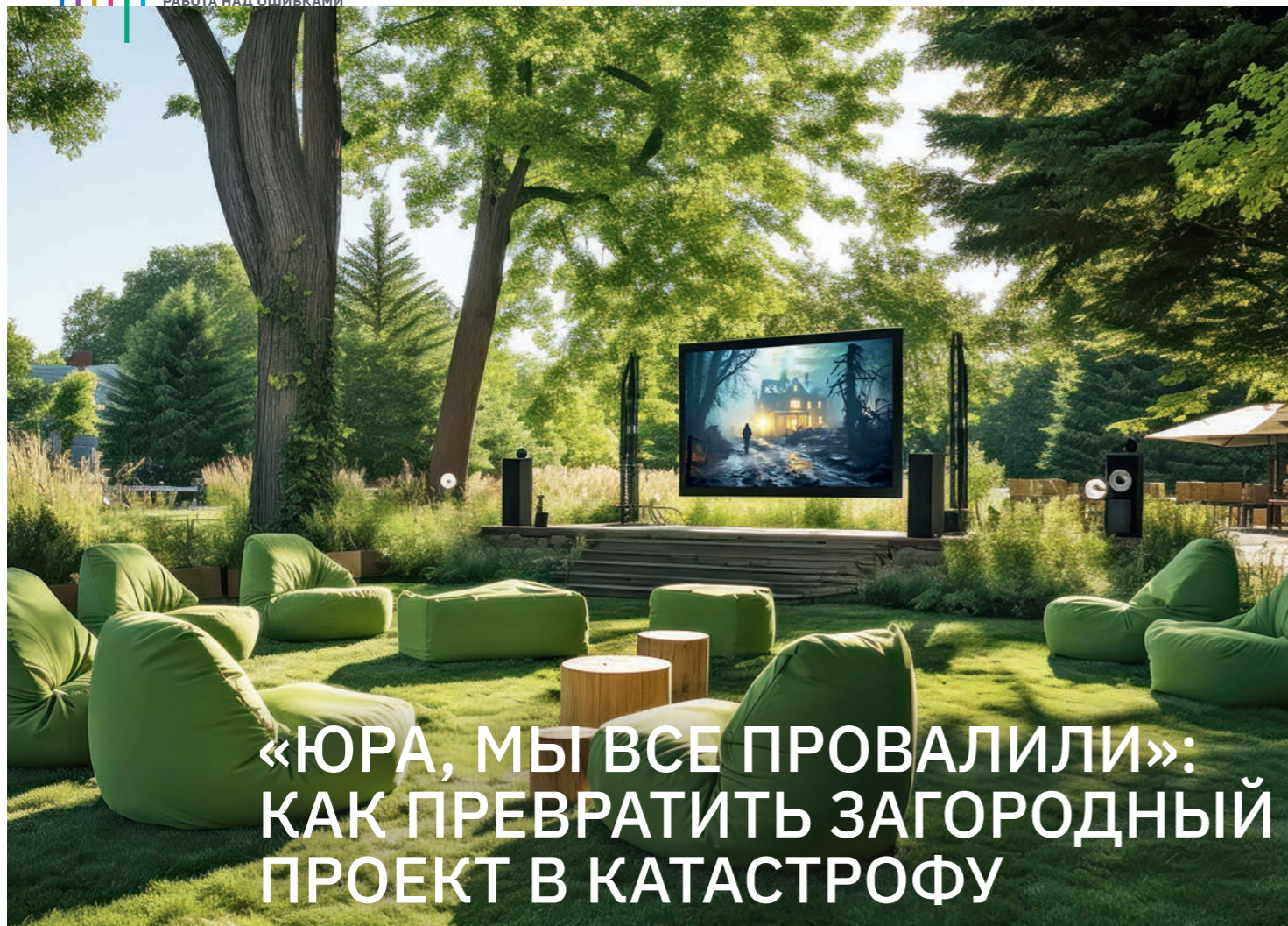
group, директор Института гастрономии Сибирского Федерального университета (СФУ) **Алексей Горенский**. Его собственный опыт в поддержку этой идеи — Красноярск, который еще пять лет назад был известен почти исключительно как промышленный город, усилиями рестораторов и маркетологов закрепил за собой репутацию гастрономического центра Сибири. Институт гастрономии все чаще получает запросы от девелоперов и строительных компаний, желающих интегрировать в свои проекты гастросоставляющую, рассказывает Горенский. Турагентства Москвы продают гастротуры в Красноярск, и поток путешественников растет на 30–40% в год, подтверждает Орландины Авруцкая.

■ О вкусном и полезном

Ресторанная отрасль развивает сервисную экономику своих городов и вдохновляет на изменения — как только уровень и качество сервиса в ресторанах растут, они начинают расти и в клиниках, в магазинах и других отраслях, уверен Алексей Горенский. То же происходит с архитектурой и дизайном: ко-гда предприниматели других отраслей видят, как рестораторы вкладываются в создание места, они хотят соответствовать новым высоким стандартам, уверен эксперт.

Рестораторы перекрашивают фасады домов, благоустраивают территории, устанавливают интересные арт-объекты, и в этом смысле они полезные для города предприниматели, соглашается Орландины Авруцкая.

Таким образом, гастрономия развивает вкусы не только к еде, но и к эстетике, чистоплотности, к дизайну, архитектуре, к высокому сервису. Все это формирует совсем другое качество жизни и бизнес-среды и выводит регион на новый уровень по развитию и доходам. ●●



«ЮРА, МЫ ВСЕ ПРОВАЛИЛИ»: КАК ПРЕВРАТИТЬ ЗАГОРОДНЫЙ ПРОЕКТ В КАТАСТРОФУ

ТЕКСТ: МАРИНА СКУБИЦКАЯ

Неудачная локация и плохая транспортная доступность, отсутствие инфраструктуры и единого архитектурного стиля, низкое качество строительства — казалось бы, болевые точки загородных проектов известны даже дилетанту. Тем не менее, именно они по-прежнему лидируют в рейтинге основных причин провала продаж в загородном сегменте.

«4

«Черный лебедь», прелевший в образе пандемии, обещал стать «золотым тельцом» для девелоперов загородной недвижимости. Согласно отчету компании NF Group, число запросов на

покупку элитных загородных домовладений в Подмосковье за первые три квартала 2020 года оказалось на 114% больше, чем за аналогичный период 2019 года. Естественно, в этой ситуации на рынке стали появляться новые проекты. В итоге, по оценкам учредителя экспертного клуба «Загородный девелопмент» Валерия Лукинова, количество поселков на первичном загородном рынке Московского региона с апреля 2022 по апрель 2023 года выросло на 16%.

Однако ожидаемой «ажитации» спроса не случилось. Уже в нынешнем году рынок фактически вернулся к допандемийным показателям. «По сравнению с 2021 годом в летний сезон 2022 года спрос в Московской области был

ниже на 9%, а летом 2023 года — на 19%», — констатирует руководитель подразделения «Циан-Аналитика» Алексей Попов. Да и весь «расклад» в реализации загородных поселков, по оценке Валерия Лукинова, к концу нынешнего года аналогичен тому, что был перед пандемией, когда успешно продавался лишь каждый десятый поселок, продажи в 15% поселков были фактически заморожены, а в 30% — близки к заморозке.

Упустить те возможности, которые предоставил кризис, не так сложно, считают эксперты. И дают ряд «вредных советов», которыми, судя по всему, и руководствовались девелоперы «замороженных» поселков.

■ Должно быть

Локация, инфраструктура, качество строительства — прокол по любому из этих факторов может обеспечить загородному проекту полный крах. «Хотите провалить проект — стройте в неподходящей локации. Например, на значительном удалении от МКАД возведите чудо-поселок с невиданными

На **16%** выросло количество поселков на первичном загородном рынке Московского региона с апреля 2022 по апрель 2023 года

здесь хоромами от 500 кв. м, причудливой для этих мест премиальной архитектурой, ресторанами, зоопарками и ежемесячными эксплуатационными платежами от 20 000 рублей, — предлагает Валерий Лукинов. — А представители целевой аудитории будут с недоумением размышлять: для дачи дорого, для постоянного проживания далеко».

Еще один «вредный совет» — отказаться от инфраструктуры. «Игнорировать инфраструктурные объекты и рекреационные зоны лучше уже на этапе проектирования, не оставив в принципе места для общественных пространств, зеленых зон и детских игр», — приводит пример ошибочной стратегии руководитель отдела загородной недвижимости экосистемы Kalinka Михаил Долгов.

Можно вообще отказаться от коммуникаций. Классику жанра нулевых, когда на рынке появлялись дешевые участки без подряда с «коммуникациями по границам», можно повторить и в других ценовых сегментах. «Покупатель по-настоящему удивится, когда узнает, что в цену участка бизнес-класса, например, входит только электричество. А вместо самой дорогой работы — создания хозяйственно-бытовой и ливневой канализации — выкопаны арыки по границе дороги, которые вскоре начнут благоухать, поскольку жители будут тайно сливать туда канализацию из своих септиков, — рассказывает Валерий Лукинов. — Правда, повторить этот кейс еще раз вряд ли удастся: при современном развитии соцсетей и отзывов в интернете все потенциальные покупатели быстро об этом узнают».

Замыкает тройку антилидеров плохое качество строительства. «Здесь все просто: найти «дикие» бригады, сырую доску, дешевый утеплитель и строить дома по современным проектам, говоря, что это новый тренд — энергоэффективные дома класса А++», — иронизирует Валерий Лукинов.

Михаил Долгов предлагает свой рецепт: «Постройте элитные дома из газопеноблоков — и проект зависнет. Или используйте устаревшие стилистические решения вместо современных. Кстати, сегодня в тренде проекты с панорамным остеклением, выполненные по определенной технологии. А «суровая» классика с маленькими окошками — это гарантированный неликвид».

Но куда большего антиэффекта можно добиться, если применить комплексный подход. Директор департамента продаж ГК «Галс-Девелопмент» Екатерина Батынкова предлагает девелоперам и управляющим компаниям экономить на всем, кроме себя. А независимый эксперт Ольга Магилина советует ориентироваться на собственные вкусы и ощущения, безжалостно отсекая все лишнее. Под «лишним» в данном случае подразумевается любое планирование и привлечение профессионалов.

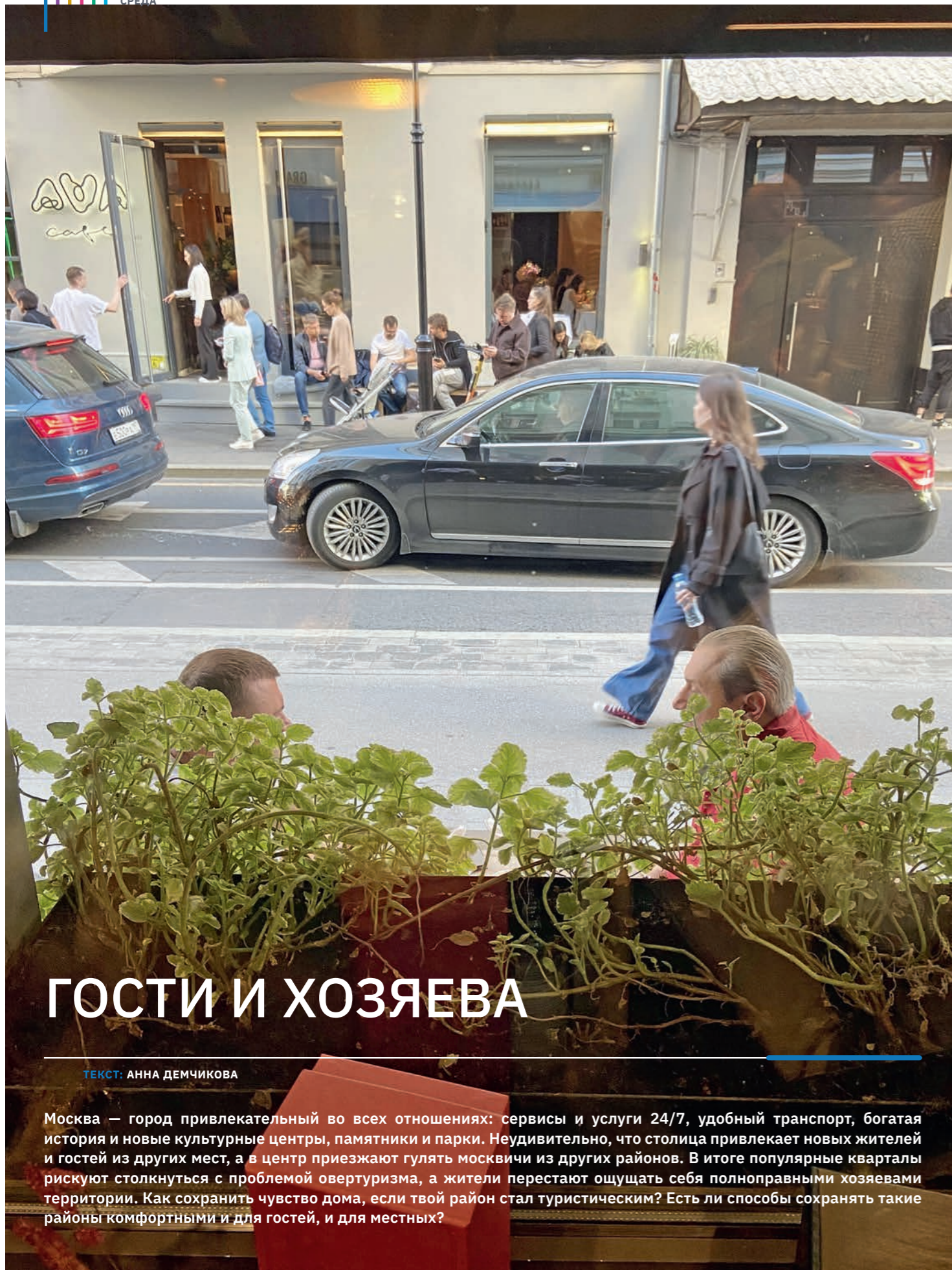
Остается надеяться, что не все девелоперы следуют подобным вредным советам. ▲●

Вредные советы от Екатерины Батынковой

1. При выборе земли под строительство ориентируйтесь только на цену — чем ниже, тем лучше. Найти такие участки проще всего на значительном удалении от Москвы, в окрестностях маленьких деревень без инфраструктуры, или вблизи объектов промышленности и мусорных полигонов. Не трудитесь компенсировать недостатки локации другими преимуществами.
2. Лес или реку рядом с участком не нужно облагораживать и благоустраивать. Это тоже лишние затраты, а сейчас в моде естественность. Всегда можно назвать это «бионическим стилем».
3. Сразу отклоните единообразную современную архитектурную концепцию и множество планировочных решений. Проекты домов вы можете нарисовать и сами, а дальше — сделать «под копирку», и чем проще, тем лучше.
4. Ваше дело — продать, а что будет дальше — неважно. Но если вы все-таки взяли эксплуатацию на себя, максимально сократите список услуг и штат управляющей компании. И не забывайте: ваша работа стоит дорого.

Сокрушительные рекомендации от Ольги Магилиной

1. Смело стройте дома на свой идеальный вкус. О целевой аудитории думать не обязательно, платить деньги специалистам — тем более.
2. Решительно рисуйте конфигурацию поселка, участки, общественные зоны по своему разумению. Кстати, без последних вообще лучше обойтись — это только затраты, которые ничего вам не принесут.
3. При выборе участка не беспокойтесь о соотношении локации и особенностей земельного участка, класса недвижимости, площади домов, о планировках, технологии строительства и всем остальном. Это все совершенно между собой не связано. Любой, кто скажет обратное, просто пытается навязать вам свои услуги.
4. Единая архитектура — излишество. Одноэтажные дома великолепно соседствуют с двухэтажными, двускатные крыши — с плоскими. Разнообразие материалов на фасадах продемонстрируют вашу креативность и вкус.
5. Финансовое моделирование будущего проекта — это просто, подсчитайте на глазок расходную часть. Если что-то забудете или не хватит денег, можно что-то из проекта убрать. Покупатели точно не запомнят, что было в рекламе. В доходной части ориентируйтесь на самые оптимистичные планы: ведь спрос будет обязательно расти, верно? Поняв, что дома по планируемой цене все-таки не продаются, всегда можете обвинить в этом продавцов и рекламщиков.
7. Ипотека — для слабаков, не тратьте время на работу с банками. В стране достаточно людей с деньгами.
8. Начинать продавать в чистом поле. Никаких внутрипоселковых дорожек и въездных групп. Для офиса продаж вполне подойдет бывший в употреблении вагончик. Он так прекрасен, что его даже брендировать не обязательно.



ГОСТИ И ХОЗЯЕВА

ТЕКСТ: АННА ДЕМЧИКОВА

Москва — город привлекательный во всех отношениях: сервисы и услуги 24/7, удобный транспорт, богатая история и новые культурные центры, памятники и парки. Неудивительно, что столица привлекает новых жителей и гостей из других мест, а в центр приезжают гулять москвичи из других районов. В итоге популярные кварталы рискуют столкнуться с проблемой овертуризма, а жители перестают ощущать себя полноправными хозяевами территории. Как сохранить чувство дома, если твой район стал туристическим? Есть ли способы сохранять такие районы комфортными и для гостей, и для местных?

Разные районы — схожие проблемы

Хрестоматийный пример — конфликт 2016 года в районе Патриарших прудов. Поначалу многим нравилось жить посреди прогрессивного гастроклстера, спускаться в тапочках в домашние кафе и чувствовать, что жизнь в престижном районе удалась. Но вскоре на Патрики стали приезжать любители красивой жизни со всей Москвы, потянулись туристы. Модные рестораны перестали вмещать всех желающих, оживились карманники, местные перестали спать из-за вечернего шума: район захватили приезжие. Привыкшие к высокому уровню комфорта жители добились тогда закрытия всех ресторанов в 23:00. Сейчас это правило уже не работает.

«В основе таких проблем — фундаментальная для социологии идея чужого, — говорит социолог из бюро исследований «Гражданская инженерия» **Петр Иванов**. — Однажды мои студенты исследовали субъективную безопасность в Хамовниках и в Южном Бутове. Была гипотеза, что в Хамовниках расскажут про благополучный район, а в Бутове станут жаловаться на гопников. Получилось наоборот: жители Хамовников считают свой район небезопасным, ведь на концерты в «Лужниках» приходят толпы незнакомцев, Усачевский рынок переполнен, а конструктивистские дома вечно фотографируют какие-то экскурсанты. А вот у жителей Бутова все хорошо».

Чем требовательнее территориальное сообщество, тем четче у него представления о чужих и тем больше людей попадает в эту категорию, считает социолог. В престижных районах острее ощущение «чужие пытаются прорваться в наш благополучный мир, и мы должны его защищать». В комедийном российском сериале такое отношение иллюстрирует эпизод, где героиня решает стать депутатом и идет на выборы с проектом купола вокруг Патриарших прудов, внутрь которого попадают только по прописке. «Интересно, что антагонизм с чужими, «неправильными» богатыми сильнее, чем с любопытными «бедными», ведь с первыми возникает конкуренция», — добавляет Петр Иванов.

Соучредитель Агентства стратегического развития «ЦЕНТР» **Сергей Георгиевский** говорит, что у разных районов могут быть похожие проблемы: жители сталкиваются с шумовыми и световыми загрязнениями среды, увеличением трафика и нагрузки на общественный транспорт, на остальную инфраструктуру. Увеличивается антропогенное воздействие на природные объекты. «В некоторых районах сложилась исключительная среда: «Сокольники», «Лосиный Остров», Воробьевы горы. Чтобы птицы не улетели, животные не ушли и ландшафты остались нетронутыми, жизнь города нужно регулировать, — говорит эксперт. — В основе регулирования — идея баланса: город определяет для таких районов специальные режимы. Регламентирует использование первых этажей, норму светового и шумового загрязнения, режим работы заведений, маршруты».

Соучастие и медиация

Фильтрация «чужих» работает только в сериалах. В реальности город должен искать решения, которые не ущемляют ничьих прав и создают комфортную среду для всех обитателей. Один из способов — вовлечь конечных пользователей в процесс благоустройства, когда задание на изменения составляет коллективный заказчик из жителей, органов власти, лидеров сообществ

и представителей бизнеса. В случае с новыми кварталами это делается уже на стадии их формирования. Но этот метод помогает и в исторических районах.

Сложившиеся районы закономерно пересматривают привычные уклады. «Допустим, в квартале когда-то жили молодые люди с детьми, им нужны были детские площадки и места для прогулок. Теперь население постарело, а ротации не произошло из-за высокого процента коренных жителей. Дети разъехались, а старшему поколению нужны уже не детские площадки, а, например, шахматные столы. Чтобы город мог учесть потребности жителей, важно их выслушать», — говорит Сергей Георгиевский. Тут и помогает соучастующее проектирование.

Для открытия ресторана в жилом доме надо перевести квартиру на первом этаже в нежилую собственность, организовать новую входную группу (старая, скорее всего, выходит во двор), согласовать с жителями все изменения и отчисление на домовый счет, а также то, как коммерсанты будут компенсировать возможные неудобства, описывает стандартный процесс Петр Иванов. В решении этих вопросов может помочь медиатор — посредник между жителями и арендаторами. Чем лучше организовано домовое сообщество, тем проще вести такой диалог, отмечает социолог: «На Патриках далеко не во всех домах такое было, поэтому жители не смогли добиться всего, чего хотели».

Идентичность и инвестиции

Когда люди чувствуют себя причастными к жизни района, отношение к нему становится неформальным. Из чего складывается чувство «своего» района? Пространство наполняется смыслами, у людей вырабатываются привычки, возникают маркеры и легенды, появляются любимые места и связи с другими жителями — так формируется локальная идентичность.

У многих чувство причастности к району ограничивается ролью пассивных выгодополучателей. Но если люди готовы брать на себя ответственность и объединяться в сообщества, они начинают вместе влиять на происходящее — и делать жизнь в районе комфортнее.

Локальная идентичность ложится в основу устойчивых местных сообществ, которые помогают регулировать и развивать конкретную часть города. Как на все это реагируют гости района? С энтузиазмом: когда локальные сообщества начинают менять среду, это заметно снаружи. Интересно наблюдать за этими изменениями и инвестировать в развитие проектов. «Формируется устойчивая самовоспроизводящаяся система,

МАРИЯ КРУПНОВА,

садовод, живет на Солянке:

«Когда я на трамвае переезжаю через Садовое кольцо в районе Павелецкой и попадаю внутрь, я дома. Тут я могу хоть в халате и тапочках на улицу выйти. А вот когда я иду на Тверскую или на Патрики, это я выхожу в город. Чувство дома — это когда тебе комфортно, когда ты тут все и всех знаешь, и живы еще люди, которые тебя ребенком помнят. Я люблю это место и хочу, чтобы здесь было красиво. Поэтому я разбила сад у дома Мандельштама. Зеленые дворы на Солянке и на Хохловке — тоже моя работа».

где существуют общественный контроль и связи между людьми. В результате складывается транспарентная, безопасная и комфортная городская среда», — отмечает Сергей Георгиевский. Этому способствует профессиональная работа по развитию территорий.

«У «Пятерочки» был проект «Центры местного сообщества»: в районных супермаркетах проводили мастер-классы, выставки, детские праздники, — вспоминает Петр Иванов. — Это не только повышает лояльность к бренду, но и закладывает добрососедские отношения. Такой эффект и у домовых чатов: они закрепляют сообщество тех, кто пережил опыт переезда и хочет наладить быт».

Децентрализация и зонирование

Москва взяла курс на децентрализацию, и точки притяжения развиваются по всему городу. Это и креативные кластеры вроде «Дизайн-завода», Artplay и других пространств на месте промзон, и музеи-заповедники, и современные парки. Бесплатные городские активности тоже стимулируют равномерное распределение людей по городу. И везде важно наладить конструктивное взаимодействие гостей и местных. По мнению Сергея Георгиевского, этому может помочь грамотное зонирование.

В Великобритании работу пабов регулируют специальные законы, ведь барные улицы — большая нагрузка на коммунальную инфраструктуру. Кроме того, англичане учитывают статистику ДТП и много других факторов — по их совокупности принимают решение, где будет барный кластер. В Москве такого пока нет, хотя, например, какая-нибудь «тропаревская миля» разгрузила бы Пятницкую, рассуждает Петр Иванов.

У архитекторов тоже есть решения по зонированию. «В современных ЖК дворы подняты над улицей на стилобате, там располагается ретейл и общепит. Клубные дворы проектируют и на кровле, — перечисляет главный архитектор проекта бюро APEX **Светлана Леонтьук**. — Это хорошая альтернатива заборам, как и болларды, столбики определенной высоты, которые монтируются непосредственно в дорожное полотно: они защищают от чужих машин и визуально не мешают». Платная парковка в определенных зонах тоже спасает от толп: для резидентов цена другая.

Мосты между мирами

Местами встречи гостей и хозяев района чаще всего становятся не улицы, а рестораны, кофейни, ивент-площадки. На них лежит большая ответственность: грамотный чуткий сервис и вдохновляющий сторителлинг в индустрии впечатлений помогает «подружить» эти миры между собой.

«Знаковые объекты гостеприимства формируют культурный облик района: яркие события, гастрономические впечатления, особенная эстетика — все это притягивает не только гостей, но и местных жителей», — рассказывает директор по продукту и креативный директор MOSS Hospitality **Анна Ендриховская**. В отеле Marco Polo на Патриарших компания постаралась создать пространство для обеих аудиторий за счет регулярного обновления впечатлений, ярких вечеринок

и актуального ретейла. «Под Новый год мы провели MarcoFest, и самыми частыми посетителями стали именно жители соседних домов и улиц, — делится воспоминаниями эксперт. — На мероприятия мы всегда приглашаем локальных героев: это важная история про добрососедство».

Бенефициары туристических районов

Если грамотно настроить коммуникацию и продумать городскую среду с учетом потребностей всех заинтересованных, то в туристических районах выигрывают все. К примеру, в Замоскворечье и в районе Китай-города большинство опрошенных жителей не испытывают неудобств из-за гостей района (жаловались лишь на бомжей). Напротив, им удобно, что рядом с домом развитая инфраструктура 24/7. А ночная жизнь локализована и не беспокоит.

«Туризм создает дополнительные возможности для района. Образуется много рабочих мест в 30–50 смежных отраслях, открываются перспективы для малого и среднего бизнеса, — уверен Сергей Георгиевский. — Город видит рост посещаемости района и начинает в него инвестировать, ведь это новая точка роста. Это выгодно всем, главное — учесть все интересы».

«По большому счету, широкая популярность локации подпортила жизнь жителям Патриков, да и то только тем, кто живет непосредственно у самого «тусовочного» места — самих прудов, — говорит владелец агентства элитной недвижимости Nika Estate **Виктор Садыгов**. — А новые элитные проекты на Никитской, на Никольской улице или у самого Кремля изначально строились — и строятся — с учетом туристических потоков». Эксперт отмечает, что подобные жилые комплексы имеют и внутреннюю территорию, и отдельные продуманные выходы/выезды на улицу. По мнению эксперта, девелоперы научились извлекать плюсы и нивелировать неудобства, которые неизбежны в самом центре города.

ЮЛИЯ ГАВРИШ, управляющий партнер PR-агентства «Иначе» и житель Замоскворечья:

«Я живу по соседству с относительно свежим элитным проектом, и несмотря на то, что их ЖК моложе нашего дома лет на 80 и там везде стоят качественные стеклопакеты, и даже есть небольшой внутренний дворик, думаю, мы в одинаковом положении. Выход из дворов у нас на улицу, по которой с утра до вечера течет поток туристов в Третьяковскую галерею. Мы ходим в одни и те же магазины на нижних этажах этого ЖК. Под нашими окнами шумит иногда в сквере им. Шмелева молодежь, во время парадов или массовых праздников мы испытываем одинаковый дискомфорт от толп народа, перекрытых улиц, мусора и шума. Но если бы нам не нравилось жить на Якиманке, мы бы все давно отсюда переехали. Преимущество жизни тут намного больше, чем минусов, и особая атмосфера компенсирует все». ▲■

ФОТО ALEX ZARUBION UNSPLASH

ЭКЛЕКТИКА НЕ ГРЕХ

Актуальная архитектурная повестка российской столицы складывается из бизнес-планов девелоперов, представлений городских властей о прекрасном и экспериментов архитекторов, ищущих новые выразительные формы. Но есть у Москвы и нечто незыблемое, заложенное исторически в структуре города, в самой его эклектичности. Как формируется новая типология городской застройки?

ТЕКСТ: ЮЛИЯ ПИЛИПЕЙКО

Москва всегда отличала многослойность: в разные эпохи разные стили отображали политические, экономические, культурные, эстетические воззрения общества и его материальные возможности. В XXI веке новые проекты так же отличаются от предшествующих по внешнему виду и идеологически: меняется структура районов и кварталов, дворцы все чаще строят не из камня, а из стекла, дворы поднимают над дорогами. В систему координат из радиусов, диаметров и колец добавляются новые измерения по вертикалям.

Искать в современной московской архитектуре преемственность — дело неблагодарное. «Доступность технологий, человеческого ресурса и большая палитра материалов позволяют легко реализовывать самые смелые идеи», — говорит основатель и руководитель бюро Borisov Architects **Анатолий Борисов**. Но особенности застройки Москвы — ра-

диально-кольцевая система, мощный зеленый каркас и высотные доминанты как символы каждого из этапов развития города — остаются неизменными, добавляет архитектор.

Основатель мастерской ADM **Андрей Романов** вообще считает, что говорить о каком-то «московском стиле» не приходится: «За большими стилями в архитектуре, такими, как классицизм, модерн, конструктивизм, всегда стояли фундаментальные идеологические течения, которые приводили к общности в творческих приемах. Но большие стили закончились в первой половине XX века. После Второй мировой войны на первый план выходит не общность взглядов, а авторская архитектура: важным становится не принадлежать к течению или группе, которая проявляет себя модной, популярной, а продемонстрировать индивидуальность. Это характерно и для всей второй половины XX века, и для сегодняшнего времени». По мнению архитектора, большое завоевание современного общества — то, что личность автора становится важнее, чем его членство в каком-то клубе единомышленников со всеми плюсами и минусами такого подхода. А в Москве, в отличие от множества европейских и российских городов, разнообразие стало проявляться довольно рано. Поэтому здесь и смешано все, что только можно.

Многоликая и многослойная

Многие пытаются выделить для Москвы «фирменные», знаковые детали, подобные, например, дворам-колодцам Санкт-Петербурга. Но отсутствие таковых как раз и связано с тем, что российская столица застраивалась не одномоментно, а в различные эпохи и разными зодчими. Облик города все время изменялся, и в том, что эти изменения продолжают до сих пор, эксперты не видят драмы. По мнению Андрея Романова, в Петербурге и сейчас доминирует канон, продолжается попытка творить в рамках общих подходов. «В Москве этого нет. Мне нравится, что здесь появляются здания авторские, индивидуальные, есть группа сильных московских бюро, у которых разное видение, какой должна быть архитектура, и все это прекрасно сочетается», —





ЖК RED7 (ГК «ОСНОВА»)

говорит архитектор, добавляя, что слово «стиль» он бы не применял к тому, что мы видим за окном.

«Москва — это эклектика, единую линию не нужно искать вовсе. Это большой и многогранный город, в этом и заключается его красота, — согласен главный архитектор компании «Генпро» **Евгений Зеленов**. — На Пречистенке преобладают здания XVIII–XIX веков, начала XX века: в классическом стиле с большим количеством лепнины и декора, не выше пяти-шести этажей. Шаболовка показывает первые конструктивистские дома, Академический район стал экспериментальной площадкой для первых опытов советского типового и индустриального домостроения. Именно из-за подобного разнообразия в общую эклектику города гармонично вписались и такие проекты, как «Москва-Сити» и другие высотные здания».

Партнер архбюро Syntaxis **Александр Стариков** обращает внимание на то, что усредненный образ любого города транслируют маркетинговые истории: «Если посмотреть на то, что продают туристам в сувенирной лавке, то мы увидим такие паттерны, как Красная площадь, Кремль, ГУМ, собор Василия Блаженного, храм Христа Спасителя и другие растиражированные символы. Но если погрузиться в город по-настоящему, можно обнаружить много других классных мест», — уверен он. По мнению архитектора, во многом уникальность Москвы как раз и состоит в сложной, нелинейной структуре, которая при беглом взгляде может показаться случайной и бессистемной. Но это потому, что у каждой части города — собственная история. «Меня в свое время поразила церковь Вознесения в Коломенском, драматургия пространства, которая ощущалась на пути к храму: вначале его ниоткуда не видно, а затем он неожиданно открывается в полном объеме на фоне окружающего ландшафта. Это тот визуальный и культурный опыт, который стал частью моей Москвы. И таких мест может быть много, из них и складывается образ этого города — яркого, динамичного, вдохновляющего», — делится ощущениями эксперт.

Единица измерения — человек

Эксперты подчеркивают, что в градостроительной политике Москва ориентируется на опыт и достижения мировой урбанистики. В недавнем прошлом участие международных бюро в знаковых проектах позитивно повлияло на подходы российской архитектурной школы и «прокачало» российские архбюро. «Москва уверенно, но плавно и органично начала вовлекаться в общемировую архитектурную повестку, становится ее значимой частью», — утверждает Александр Стариков.

Андрей Романов согласен, что архитектура в Москве находится на хорошем уровне усилиями и многих архбюро, и городских властей, которые дают создавать здесь и сейчас авторские необычные и современные проекты: «Если проект интересный, он всегда находит поддержку».

Ключевым элементом поддержания всей градостроительной политики становится создаваемый в столице инфраструктурный каркас, напоминает Александр Стариков. Ввод новых станций метрополитена, открытие МЦК, БКЛ, новых ТПУ и других транспортных проектов изменили планирование, образ жизни, интенсивность деловых и бытовых процессов для миллионов людей. Линии городского транспорта перестали пугать — сегодня это вполне респектабельная и современная деталь столичного пейзажа, по-своему даже красивая и, безусловно, удобная.

Немаловажно, что все новые транспортные сети, жилые дома, общественные пространства и инфраструктуру пронизывает система разнообразных цифровых сервисов. «Современная типология столицы — это жизнь на высоких скоростях в комфортном мегаполисе», — формулирует глава архитектурного бюро MAD Architects **Мария Николаева**. По ее мнению, строительный бизнес осознал необходимость соответствовать этим запросам: «Компании больше не могут позволить себе просто возводить здания, а должны выпускать именно девелоперский продукт. Это означает вдумчивый подход к концепции, благоустройству, детальным маркетинговым исследованиям, фасадным решениям, колористике и десяткам других факторов. Каждый аспект должен гармонировать с ДНК района, градостроительным контекстом, планами на будущую застройку соседних территорий, топонимикой и т. д. Случайные объекты больше не имеют права на жизнь, а системность и комфорт стали нормой горожанина и города в целом».

Александр Стариков называет акцент на человекоцентричности городского пространства, «его повсеместной перенастройки на сомасштабность человеку» важным мировым трендом. Это выражается через благоустройство улиц, жилых кварталов, ревитализацию и реконцепцию парковых, спортивных и общественно-деловых зон. Парадоксальным образом большая человечность все чаще оказывается реализованной в формате жилых небоскребов, но Москва не боится парадоксов.

«Это сочетание запоминающихся архитектурой башен и благоустроенных прилегающих к ним территорий и является характерной отличительной особенностью современной Москвы», — уверен главный архитектор и управляющий партнер архитектурного бюро «СПИЧ» **Игорь Членов**. Многие жилые комплексы строятся на месте выводимых за пределы

города промзон, и неотъемлемой частью проектов становятся интеграция исторической и современной архитектуры, качественное благоустройство, общественные первые этажи, разноуровневые сценарии использования территории, перечисляет эксперт.

Промышленные территории играют важную роль в формировании современного облика столицы, подтверждает первый заместитель директора — главный архитектор ГБУ «ГлавАПУ» **Артем Дедков**: «Благодаря программе КРТ, которая призвана реорганизовать бывшие промзоны и неэффективно используемые участки, создаются новые и качественные пространства для горожан. Актуальные методы планирования обеспечивают доступность объектов, развитую инфраструктуру и четкое разграничение территорий жилых кварталов на публичные и частные зоны».



Премиальная высота

По словам **директора управления элитной недвижимостью «Метриум премиум» АННЫ РАДЖАБОВОЙ**, в настоящее время на столичном рынке новостроек премиум-класса девелоперы реализуют 16 проектов с корпусами выше 100 м, на их долю приходится 37,3% всего предложения в этом сегменте. «Проекты с небоскребами возглавляют топ самых продаваемых», — констатирует эксперт. Но высота здания влияет на стоимость только отдельных лотов, имеющих улучшенные видовые характеристики и большую площадь (нарезка на высоких этажах крупнее), уточняет **замдиректора по развитию бизнеса департамента жилой недвижимости и девелопмента земли Nikoliers АННА МУРМУРИДИС**. Самыми дорогими в Москве остаются невысокие клубные элитные дома.

ФОТО ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ; PLATON MATAKAEV ON UNSPLASH

Облик города все время изменялся, и в том, что эти изменения продолжают до сих пор, эксперты не видят драмы

Общественное и частное

Городская застройка становится все более плотной и более высокой — это факт и главный тренд не только для Москвы, но и для большинства мегаполисов. Банальное объяснение — свободных участков под застройку почти не осталось, а желающих жить в престижных районах и, главное, готовых заплатить за это немало. Поэтому башни формируют новый тип столичной, но никак не типовой застройки. По словам Игоря Членова, здания с харизматичными фасадами и запоминающимися силуэтами обогащают панораму Москвы, придавая ей, с одной стороны, отчетливо современное звучание, а с другой — продолжая исторически присущее многообразие.

Кроме того, чем выше здание, тем лучше видовые характеристики квартир на верхних этажах и тем дороже их можно продать.

Разделение общественных и частных пространств, решенное архитектурными средствами, позволяет обходиться без уродующих город заборов. Часто центром композиции делают стилобат, объединяющий несколько жилых башен, на его кровле размещают закрытую дворовую территорию. «Это тот элемент, в котором можно подчеркнуть единство урбанистики, улицы и архитектуры. Применение стилобата дает возможность создать некий барьер, создать чувство защищенности: только он доступен для людей вне контура здания. Эксплуатируемый верх стилобата выполняет двойную функцию — конструкция работает как на человека снаружи, так и на резидента здания. Дворы располагаются на самом стилобате, парковки под ним, и при этом создается определенная приватность между двором и улицей», — объясняет Евгений Зеленов. Зданий со стилобатов много в Нью-Йорке, Дубае, Лондоне и других мегаполисах мира.

Новый регламент

Архитектурная повестка Москвы сегодня также спаяна с концепцией формирования комфортной городской среды. В этой связи столичные власти впервые решили изменить подходы к созданию и согласованию архитектурных концепций. Долгие годы чиновники утверждали сначала технико-экономические параметры (ТЭП) проекта, то есть прорабатывались «цифры», и только потом — архитектурно-градостроительное решение. В основе нового регламента, как отмечает главный архитектор Москвы **Сергей Кузнецов**, лежит приоритет качества архитектурной и планировочной проработки. «Только затем будут определяться объемы застройки. В Москве нет площадок, где могла бы появиться проходная, невзрачная, заштатная архитектура», — подчеркивает он.

Власти понимают, что разработка проектов может оказаться более затратной и растянуться во времени, однако, по их мнению, это подстегнет девелоперов более тщательно прорабатывать концепцию, что в итоге приведет к повышению качества архитектуры в городе. ▲●

НЕ ПОРТЯТ ПЕЙЗАЖ

Индустриальные здания возвращаются в современный город, в том числе как значимая часть его визуальной среды. Для них важны и эффективность, и эстетика.

ТЕКСТ: ОКСАНА САМБОРСКАЯ

С момента своего зарождения в XVIII веке промышленная архитектура играла значительную роль в формировании облика городов. Первые в мире фабрики строились вне городской черты и были довольно невыразительны, но произвели революцию в философии строительства, совместив под одной крышей механизмы и человека.

Когда промышленность обосновалась в городах, специальные здания стали отдельным направлением в архитектуре. Например, в России со времен Петровских реформ возведение таких объектов стало государственным делом, к проектированию привлекали именитых архитекторов: Доменико Трезини, Василия Стасова, Василия Баженова, Антонио Ринальди и других. Многие объекты считаются шедеврами архитектуры: кожевенный завод в Петербурге, Адмиралтейский завод в Кронштадте, Ропшинская бумажная и гранильная фабрика в Петергофе, Провиантские склады в Москве и другие.

Здания заводов и фабрик должны были украшать город, говорить о вкусе и состоятельности владельца и — особенно в начале XX века — привлекать на предприятия рабочих. К цехам добавили специальные помещения для комфорта людей: душевые, санузлы, комнаты для приема пищи.

В Москве судить о качестве промышленной архитектуры начала XX века можно по зданию «Фабрики мебели и бронзы товарищества Мюр и Мерилиз» на Малой Грузинской улице, построенному в 1912 году архитектором Романом Клейном в неоготическом стиле, или зданию Московского электрозавода им. В. В. Куйбышева по проекту архитектора Георгия Евланова, 1928 год.

Во второй половине XX века отношение к промышленной архитектуре вновь изменилось: группы зданий практически во всем мире стали строиться по типовым, в зависимости от направленности производства, проектам и дистанцироваться от города. Формировались наглухо закрытые от посторонних территории.

В конце прошлого столетия крупные производства из Москвы начали массово выносить, освободившиеся территории застраивались жильем и торговыми центрами. Через некоторое время город спохватился: оказалось, что производство в разных его ипостасях, от складских комплексов до сборочных цехов и лабораторий, все же нужно. И встал вопрос об интеграции подобных объектов в современный городской контекст.

■ Новая жизнь производства

«Мы настолько увлеклись идеями будущего, что перестали замечать настоящее. Последние 20–30 лет мы думали, что наступила эпоха постиндустриальных городов, в которых ключевую роль играют сервисы, наука, образование, а производство должно находиться на периферии. Но на самом деле заводы и фабрики остались частью городской ткани, — говорит сооснователь архитектурного бюро Wowhaus **Олег Шапиро**. — Наиболее реалистичная модель допускает расположение производства в городской черте, как это, например, происходит в Милане, Берлине или Чикаго». Тем более что современные производства занимают меньше пространства, они технологичны, требуют в разы меньше персонала, и можно рассчитывать на меньший экологический вред для города.

«Когда речь заходит о комплексном развитии жилых территорий, одним из ключевых аспектов становится определение мест приложения труда, — подчеркивает председатель комиссии по комплексному развитию территории и региональных финансов в Совете ТПП РФ, эксперт Госсовета РФ по направлению «Промышленность» **Андрей Толстиков**. — Удобные индустриальные зоны с точки зрения благоустройства, архитектуры, социальных услуг и цифровизации способствуют росту производительности в атмосфере труда и творчества». Эксперт даже разработал дизайн-код по архитектуре и благоустройству индустриальных зон, который содержит более 50 стандартизированных требований к территории, визуальным аспектам промышленных зданий, ай-дентике, комфорту трудовых ресурсов и так далее.

Сергей Труханов, руководитель архитектурного бюро T+T Architect, напоминает, что при интеграции промышленных зданий в городской контекст есть базовые правила, которых необходимо придерживаться. В их числе порядок расположения производственных объектов и блоков, внешняя и внутренняя логистика, особые стандарты безопасности и прокладки коммуникаций. «Одна из ключевых задач архитектора — сформировать такой концепт, который учитывал бы общественный функционал и эстетику. Кроме того, существует задача по интеграции территории в городскую среду, что подразумевает возможность проведения экскурсий, безопасный доступ обычных граждан к части инфраструктуры», — говорит Сергей Труханов.

«Но пока многие производства располагаются в непрезентабельных зданиях за высокими заборами», — напоминает руководитель отдела уникальной архитектуры и градостроительства бюро BLANK **Владимир Тихонов**. Архитектор считает потребность в адаптации производственных объектов к современным требованиям очевидной.

Конечно, речь идет не о сталелитейных заводах, а о легких производствах, складах последней мили или высокотехнологичных предприятиях, которые, по мнению CEO и управляющего партнера компании «Intermark Городская недвижимость» **Дмитрия Халина**, вполне способны стать и архитектурными, и смысловыми доминантами районов. В качестве примера эксперт приводит строящееся для компании «Яндекс» здание, где разместится центр разработок. Оно станет магнитом, вокруг которого будут активно развиваться жилые кластеры. По его наблюдениям, это общемировой тренд: идолы современной IT-индустрии в новой городской среде беспрепятственно находят себе место. «Для современного города даже необходимо разбавлять монотонную жилую среду, включая и промышленные объекты», — уверен Халин. Но это означает более высокие требования к архитектуре объектов, в стенах которых разрабатывают программы, делают лекарства, предметы интерьера или одежду новых российских брендов.

■ Фасад как реклама

У красивого фасада «новой промки» несколько задач. «Архитектура может отражать корпоративную культуру и бренд компании. Здания порой служат выразительными символами, узнаваемыми среди конкурентов и привлекающими внимание клиентов, партнеров и потенциальных сотрудников. Архитектура может рассматриваться в качестве маркетингового инструмента», — утверждает управляющий директор компании «Метриум» **Руслан Сырцов**.



ФОТО ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ



Так, в Москве около метро «Тулская» завершается реконструкция производственно-складского комплекса компании «Айкрафт», производящей очки. Общая площадь объекта — более 2000 кв. м, в ближайших планах расширение производства на 800 кв. м. Как рассказывает генеральный директор «Айкрафта» **Сергей Валынкин**, внешний вид комплекса — один из элементов позиционирования: здание должно говорить о деятельности компании, повышать узнаваемость бренда. «Футуристический фасад в форме очков отражает инновационный характер передового роботизированного производства, создает вау-эффект. Когда сотрудники и соискатели видят привлекательное современное здание, у них возникает желание работать в лучших условиях. Учитывая кадровый дефицит в промышленности, это становится важным конкурентным преимуществом», — признает Сергей Валынкин.

Еще один пример — архитектурная модернизация цеха Волжского трубного завода в городе Волжский Волгоградской области (ВТЗ входит в состав Трубной металлургической компании). В трубопрокатном цеху №2 (ТПЦ №2) решили создать свежий, эффектный образ технологичной промышленной площадки, который положительно скажется на культуре производства. Для разработки проекта модернизации промышленного здания (750-метровый пролет внутри производственного здания, который состоит из 58 опор), технических объектов на территории завода и интерьера одного из четырех цехов пригласили архитектурное бюро Osetskaya.Salov.

Архитекторы по-разному оформили фасады, наделив каждый собственной идеей как самостоятельный арт-объект. Главный фасад отделан зеркальными алюминиевыми полированными панелями — метафора технологий, применяемых внутри цеха. Он буквально растворяется в окружении, отражает волжское разнотравье, южное небо, цветные трубы, мощные конструкции промышленных кранов и водонапорной башни. Боковые фасады с одной стороны являются частью внутривзводского маршрута, с другой — просматриваются с прилегающей городской магистрали, здесь использована контрастная суперграфика.

Изменился и интерьер: в отделке использованы 102 цвета, совокупность которых создает отсылку к переливам плавления и дальнейшей обработки металла. «Чтобы добиться максимальной эффективности при выпуске нержавеющей труб — а это один из самых высоких переделов металлургии, — необходимо создать соответствующие условия. Людям важно работать в комфорте, а среда, в которой они трудятся, должна мотивировать к развитию и поиску новых творческих подходов к решению поставленных задач», — рассказывает управляющий директор ВТЗ **Сергей Четвериков**.

Результатом обновлений стало, по сути, появление в составе промзоны технологичного арт-пространства, которое, впрочем, продолжает оставаться металлургическим заводом. Это позволяет повысить культуру производства и увеличить значимость и внутренний статус работающих здесь специалистов. Чистое и современное пространство способ-

ствует аккуратному отношению к рабочему месту, а для соискателей становится дополнительным аргументом в пользу профессии металлурга и ВТЗ.

По словам генерального директора Instone Development **Валерия Жукова**, в сегменте проектов light industrial тренд на выразительный внешний вид еще более заметен: «Эти объекты чем-то похожи на таунхаусы для малого и среднего бизнеса, они сочетают рабочую функциональность с эстетикой городской среды. Человекоориентированный подход в дизайне промышленных объектов делает их не только

рабочими местами, но и частью общественной инфраструктуры, где удобство и привлекательность играют ключевую роль».

■ Что за фасадом

Качество архитектурных решений определяет не только внешний вид, но и то, насколько устойчивой, эффективной и эргономичной будет среда для работы. «Уделяется внимание экологическому влиянию на окружающую среду, энергоэффективности проектов. Еще пять-десять лет назад сложно было представить заказ на проектирование логистических комплексов с солнечными панелями на крыше или пожелание сохранить зеленые насаждения и вписать производство в окружающую природную среду. Теперь именно с такими запросами приходят наши клиенты», — рассказывает генеральный директор проектной компании Wild Team **Мария Болдырева**.

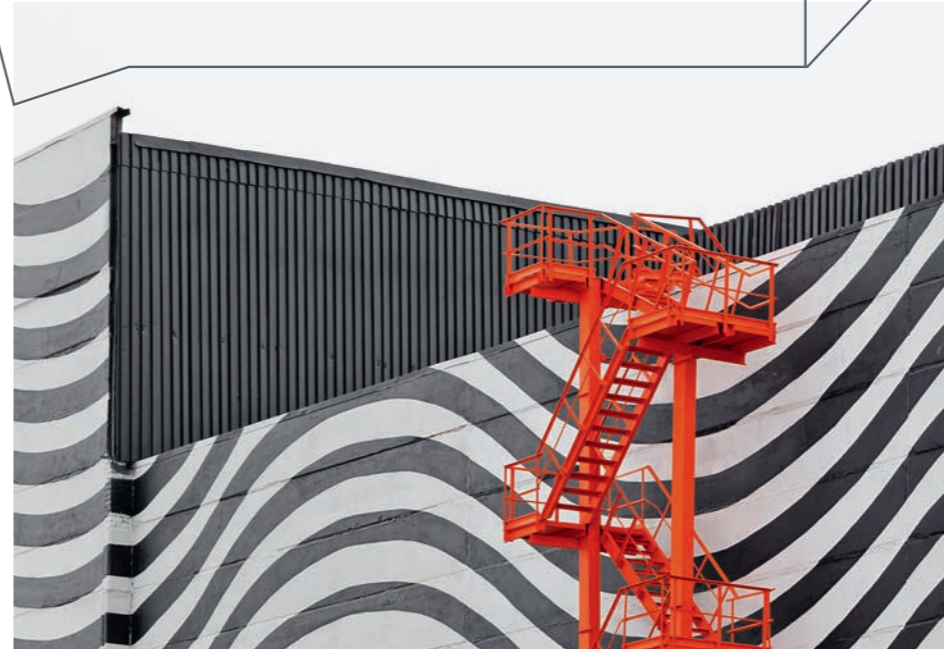
Распространены элементы зеленой архитектуры, направленные на снижение потребления ресурсов. Так, панорамное остекление даже в промышленных объектах дает больше естественного природного освещения, способствует формированию комфортной среды, а внедрение солнечных и ветряных электростанций оптимизирует затраты на электропитание, рассказывает управляющий партнер IBC Global **Станислав Ахмедзянов**. Опыт «Айкрафта» слова эксперта подтверждает: реновация производственно-складского комплекса увеличила полезную площадь на 15%, на 10% сократились теплопотери, на 10% снизились расходы на отопление зимой и кондиционирование летом. С увеличением площади остекления помещения внутри получили больше света и пространства.

Кадровый дефицит и социальная ответственность бизнеса дают кумулятивный эффект и обновляют образ промышленных объектов: чтобы привлечь людей на предприятие, можно дать им повод через архитектуру гордиться своим местом работы и своим городом.

«Красота в промышленной архитектуре — это эффективность», — уверена **ТАТЬЯНА ОСЕЦКАЯ**, сооснователь архитектурного бюро Osetskaya.Salov. По ее мнению, архитектура должна решать три задачи:

- отражать и легко транслировать наиболее выдающиеся характеристики производства, продукта и значимые ценности самого предприятия. Нужно, чтобы инвестор с первого взгляда мог понять, что перед ним: просто производственный актив или нечто легендарное;
 - кратно повышать капитализацию объекта за счет нового качества, снижения степени износа;
 - эффективно привлекать кадры, которым не нужно будет компенсировать заработной платой плохие условия труда.
- ▲ ■

ФОТО ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ (3)



ПЕРСОНАЛЬНО ДЛЯ ВАС



VOLARE

ТЕКСТ: КАРИНА МЕЛКУМЯН

По какому пути развивается сегодня дизайн интерьеров, скорректированный несколькими годами пандемии? По мнению экспертов, тенденции не так категоричны, как 20 лет назад, и в равной степени ориентируются на визуальные коды, социальные тренды и технологии. Главная идея — интерьеры становятся более персонализированными, и с этим в ближайшие десять лет будут считаться как дизайнеры, так и производители бытовой техники.

Профессиональные выставки и биеннале по-прежнему выступают в роли флагманов, задающих эстетические ориентиры. Но когда дело доходит до конкретных проектов, правда в том, что, если интерьер — пусть даже самый безупречный — не находит отклика у покупателя, он остается абстрактной красивой картинкой, безжизненной оболочкой. Неважно, какие эпохи и тренды найдут место под одной крышей, главное, чтобы дом был полностью «подогнан» под предпочтения и образ жизни обитателей, стал для них «местом силы» — это, пожалуй, и есть главное веяние последних лет.

«Сейчас действительно нет какого-то единого актуального стиля — мы можем самостоятельно выбирать то, что нам ближе,

что сочетается с экстерьером здания или его локацией. Например, отдать предпочтение мягкому минимализму с его округлыми плавными линиями, изящному максимализму с его богатой палитрой и фактурами или брутальному, но теплому «ваби-саби», — говорит дизайнер интерьеров **Мария Шаблевич**.

Вторым важным вектором стали стремительно развивающиеся технологии, которые не только помогают управлять умным домом, но и участвуют в разработке жилых помещений, мебели и даже аксессуаров по индивидуальным запросам клиентов.

Еще одна важная характеристика, определяющая концепцию современного дома, — функциональность, которую, в свою очередь, формирует образ жизни владельцев, их стремление к комфорту и безопасности.

ФОТО ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ (2)

Форма и содержание

Тренд на персонализацию домов смахнул пыль с классических и ностальгических направлений, придав им актуальный контекст, — это и наполненные оптимистичным цветом 1970-е, и стиль мемфис из 1980-х, или же балансирующий между будущим и прошлым Grandmillennial с обоями в цветочек и плетеной мебелью. Когда вокруг происходят самые невероятные события, то и дело подтверждающие концепцию «черного лебедя», многие стремятся ощутить связь с временами, когда деревья были большими, цвета — яркими, а каждый предмет, вплоть до плиссированного фабричного абажура, выглядел так, будто его создавали по индивидуальному заказу. Присутствие «теплых» деталей из натуральных материалов или с элементами ручной работы неизбежно делает интерьер индивидуальным и психологически комфортным.

«Качество предметов, необычность форм, натуральные живые фактуры начинают обретать особую ценность, — говорит Мария Шаблевич. — Эта тенденция становится актуальной на фоне всеобщей цифровизации: автоматизации домов, которые все больше заполняются умными девайсами и элементами виртуальной реальности. Для сохранения баланса современному дому просто необходимы пространства с тактильными поверхностями, натуральными материалами, предметами ручной работы или ее имитациями».

Интерьерная концепция **Volare** (что означает «летать») итальянского премиального бренда **Visionnaire** связана с японским понятием «югэн» и в соответствии с ним настраивает на более тонкое, интуитивное восприятие предметов, призывает подмечать красоту скрытых от глаз деталей. Одна из основных идей бренда — отношение к дому как к персонализированному пространству, отражающему стиль жизни владельцев и создающему ощущение «своего места». В то же время созданный по законам гармонии дом должен быть визуальным продолжением ландшафта, переключаясь с ним оттенками и фактурами материалов, характерными формами или рельефами.

По такому принципу организован первый архитектурный проект **Visionnaire** на берегу острова Джумейра Бэй в Дубае — частная вилла площадью 2000 кв. м, вобравшая традиции бренда, современные технологии и колорит местной природы. Связь с ландшафтом отражена в асимметричной организации пространства, игре светотени, панорамных стеклянных поверхностях, устраняющих границы с природным окружением, и в натуральных материалах — по словам создателей проекта, главными ориентирами для них стали море, свет и песчаные дюны.

Природные мотивы заложены и в отдельные предметы интерьера. Например, обеденный стол **Kegwan**, в дизайне которого сочетаются технологические инновации, лаконичные современные формы и живая фактура натурального мрамора. Или асимметричная люстра **Rock** с преломляющими свет диффузорами из оникса.

Тема персонализации нашла продолжение в организации пространства виллы, соединившей функциональность и комфорт с характерной для бренда эстетикой и сильной эмоциональной составляющей. Многие внутренние помещения способны подстраиваться под разные жизненные сценарии обитателей. Например, спроектированная дизайнером **Алессандро Ла Спада** кухня-трансформер с раздвижными панелями из латунной плитки может служить полноценной

Сейчас действительно нет какого-то единого актуального стиля — мы можем самостоятельно выбирать то, что нам ближе, что сочетается с экстерьером здания или его локацией

кухонной зоной для общения в кругу семьи и в то же время преобразуется в элегантное пространство для приемов и вечеринок с друзьями.

Честный подход

Другие важные понятия, связанные с персонализированным дизайном, — честность и аутентичность. Дизайнеры пренебрегают общими трендами, предлагая ни на что не похожий авторский стиль, — по мнению экспертов, подобная искренность всегда «цепляет» и вызывает большее ощущение доверия.

В середине 2010-х глобальное коммуникационное агентство **Cohn & Wolfe** впервые взялось определить признаки «аутентичности», опросив 12 000 потребителей из разных стран. В результате было обнаружено три ее главных показателя, актуальных и сегодня: надежность, которая гарантирует качество продукции, уважительное отношение к клиентам и, наконец, соблюдение данных потребителю обещаний.

Аутентичность коллекций итальянского бренда **Giorgio Collection** определяют дизайн и редкие экзотические материалы: вся продукция производится в Италии с использованием ручного труда. При этом, в отличие от других фабрик, работающих с небольшими ремесленными компаниями, **Giorgio Collection** может отправлять заказы сразу после их оплаты благодаря большому складскому запасу.

Основу коллекций **Giorgio Collection** составляют редкие экзотические сорта древесины, которые поставляются со

VOLARE



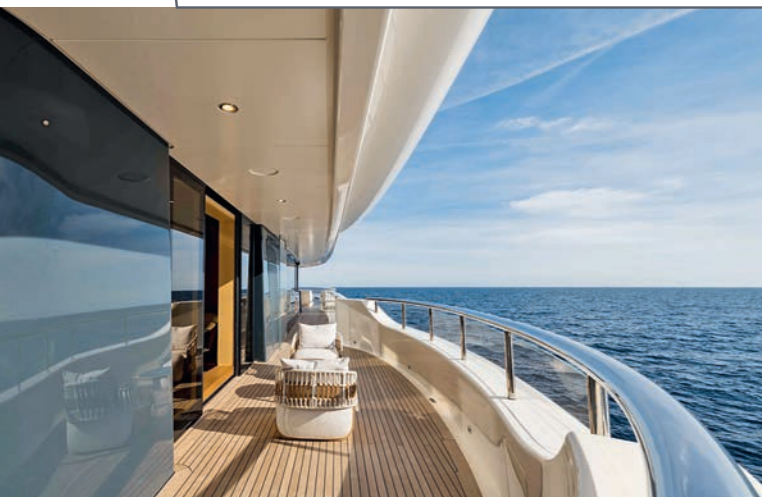


Here comes the Sun

Философия Visionnaire, когда интерьерные решения определяются не только архитектурой, но и эмоциональным восприятием обитателей дома и его связью с окружающим ландшафтом, — универсальный принцип для создания любых проектов. Именно так была реализована концепция 89-метровой яхты Here Comes The Sun («А вот и солнце» — англ.).

На яхте есть обеденный салон и рабочий кабинет, зоны для активного отдыха и релакса, в том числе кинотеатр, оздоровительный центр и бассейн. Гармония с природным окружением передана за счет морских оттенков, рельефов и форм. Так, в кресле Adele от Marco Piva читаются волнообразные паттерны, отсылающие к рисунку раковин, а округлые мраморные поверхности низких журнальных столиков вызывают ассоциации с отполированной волнами блестящей галькой.

Палубу украшает устойчивая мебель для открытого воздуха Galloway, созданная дизайнерами флорентийской студии Studio MEMO Роберто Тапинасси и Маурицио Манцони. Сочетание хромированной стали и покрытых двумя слоями специального лака массивных объемов дерева отсылает к теме дальних путешествий, а эффектно выделяющиеся на фоне моря и неба горизонтальные детали и светлая обивка мягкой мебели — к классической морской эстетике.



всего мира: тасманский вьющийся эвкалипт, экзотический африканский мовингу, бразильский палисандр Сантос, орех из Танзании, ливанский эвкалипт, канадский клен, эбеновое дерево Макассар из Индонезии, красное дерево из Мозамбика. Ценные породы мрамора, другого незаменимого для компании материала, также привозят напрямую из стран происхождения: оникс из Гималаев, черно-золотой мрамор — с Мадагаскара, калкатта с разбросанными по белому фону серо-голубыми линиями — из Индии, а знаменитый каррарский вид добывают в Италии.

Giorgio Collection придерживается концепции total look («полный образ» — англ.), подразумевающей создание завершенных интерьерных зон от гостиной и спальни до рабочего кабинета. Мебельные коллекции дополняются светильниками, коврами, предметами искусства, посудой, декором и аксессуарами из муранского стекла и флорентийского хрусталя.

Один из последних примеров такого подхода — коллекция для гостиной TRESOR, разработанная специально для фабрики всемирно известной студией Castello Lagravinese: она включает прямой и модульный диваны с округлыми эргономичными деталями, рифмующиеся с ними выразительным «дутьем» рельефом кресла и круглый журнальный столик в стиле модернизированного ар-деко. Изящным продолжением коллекции служат представленные в нескольких цветах современные коктейльные столики из текстурированного цветного стекла. Единый визуальный образ пространства поддерживают ковер ручной работы с контрастным рисунком и разработанные той же студией Castello Lagravinese обои рельефной текстуры. Картины из натуральных камней и страз Swarovski, созданные эксклюзивно для Giorgio Collection российской художницей Надеждой Олефир, — отражение еще одного актуального тренда — на соединение в коллекциях дизайнерских объектов и произведений искусства. Флагманский монобрендовый шоурум находится в интерьере центре Casa Ricca Expo.

Дизайн здорового человека

Тему функциональности и безопасности интерьеров подхватывает тренд на экологичность. В последние несколько лет потребители стали более пристально интересоваться воздействием на здоровье и окружающую среду тех или иных веществ, отдавая предпочтение натуральным материалам. А по прогнозам исследовательской группы Fact.MR, среднегодовой рост рынка экологически чистой мебели до конца 2033 года составит 8,6%.

Где-то поблизости находится набирающий силу «дизайн здорового образа жизни». Функционально он связан с обустройством в домах зон для релакса, занятий спортом или массажных кабинетов. Визуально «здоровый дизайн» может проявляться в мягких, естественных оттенках и «чистой» планировке, исключая как внешний, так и ментальный беспорядок. Не последнюю роль играют умные девайсы — от эстетичных тренажеров до интеллектуальных весов, световых будильников или трансформирующихся кроватей. Еще одна сторона «здорового дизайна» — максимальное использование естественного света и «природной» вентиляции, наличие «зеленых зон» в интерьере и окружающем ландшафте. Согласно многочисленным исследованиям, все эти факторы влияют на настроение и когнитивные функции.

ФОТО ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ (5)



GIORGIO COLLECTION

«Wellness — внимание к собственному здоровью — один из определяющих трендов в современном беспокойном мире, — говорит Мария Шаблевич. — В постковидное время он стал настолько актуальным, что перемещается из спа-центров и спортклубов в квартиры и дома. Например, на последней интерьерной выставке Maison Objet в Париже под спортивное оборудование для дома — очень эстетичное, с отделкой из натурального дерева — был отведен отдельный стенд. Свои линии для обустройства домашних спа стали предлагать все уважающие себя производители сантехнического оборудования. А дизайнеры начинают профессионально разбираться не только в тонкостях подбора тканей для постельного белья, но и в особенностях ортопедических матрасов и «идеальных» подушек».

Специализирующийся на комплектации спальных комнат бренд Grether & Wells Exclusive уделяет внимание как инновационным, так и традиционным технологиям, предлагая премиальные матрасы с ручным тафтингом, эргономичные трансформируемые кровати, предметы интерьера и аксессуары для сна из натуральных эксклюзивных материалов.

Примечательно, что, когда речь идет об изготовлении премиум-матрасов, лучшей технологией по сей день остается запатентованный почти сто лет назад метод тафтинга, основанный на ручном труде, — его применяют во всех моделях Grether & Wells Exclusive. Эта работа, требующая как опыта и мастерства, так и ювелирной точности, гарантирует соблюдение качества на всех этапах и буквально на каждом участке изделия.

Матрасы Grether & Wells можно назвать экологически чистыми изделиями — при их изготовлении не используется клей, а в роли поставщиков наполнителей и тканей выступают лучшие производства и текстильные фабрики со всего мира.

Созданные совместно с дизайнером Симоне Микели трансформируемые кровати ergomotion®, которые также предлагает Grether & Wells Exclusive, — представители современных инноваций в области сна. Основания ergomotion® могут менять положение, делать лимфодренажный массаж и создавать ощущение невесомости в персонально устанавливаемом режиме Zero G, когда ноги находятся выше уровня сердца. Управлять «умной кроватью» можно с помощью смартфона.

Бренд-директор Grether & Wells Exclusive Максим Кургузов выделяет в области комплектации спальных комнат два тренда. Первый — готовые решения премиального качества для тех, кто не готов переплачивать и ждать изготовления кровати



на заказ. Для таких клиентов бренд запустил комплект, состоящий из кровати Rolf и мягкого премиум-матраса Kelly, — из натуральных материалов, с ручным тафтингом.

Второй тренд — на уникальные спальные системы. «Многие клиенты выбирают для своих интерьеров индивидуальный дизайн, который отражает их характер, личный стиль. Специально для них мы запустили премиум-ателье, где по индивидуальным дизайн-проектам можно заказать матрасы нестандартных размеров и форм, кровати, изголовья и мягкие стеновые панели — по 3D-модели, эскизу или фотографии клиента. Настоящая роскошь — в деталях, именно поэтому мы комбинируем в работе ручной труд и совершенные технологии, уделяем огромное внимание составу материалов и тщательно продумываем конструкцию и каждый элемент. Мы ставим во главу угла качество изделий и максимальную реализацию задуманного, а не скорость», — подчеркивает Максим Кургузов.

Не теряя из фокуса актуальный запрос на комфортные функциональные пространства и нестандартные дизайнерские решения, производители в то же время опираются на ностальгические стили и проверенные технологии прошлого. Прошедшие фильтрацию временем, они самыми короткими путями ведут к тому, из чего и складывается понятие «своего места», — ощущению надежности и доверия. ●●

GRETHER & WELLS EXCLUSIVE



ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ

Искусственный интеллект все глубже проникает в повседневную жизнь пользователей, исследуя их предпочтения и подстраиваясь под образ жизни. Интегрируясь в дома самыми разными путями — через кофемашины, пылесосы или варочные плиты, для управления которыми может быть достаточно одного касания или слова, — он облегчает быт, повышает уровень комфорта и формирует новые привычки и потребности.



SAMSUNG THE WALL

По прогнозам компании Statista, специализирующейся на рыночных и потребительских данных, в 2024 году «умные технологии» в том или ином виде будут использоваться в 18,9% домов, к 2028 году этот показатель может увеличиться больше чем в 1,5 раза — до 33,2%. При этом годовой темп роста выручки на рынке умного дома с 2024 по 2028 год составит 10,67%. Многие эксперты прогнозируют, что в ближайшие 10–15 лет технологии умного дома станут такой же обыденной частью жизни, как электричество и водоснабжение.

Возможность удовлетворить разнообразные потребности пользователей сделали профессиональные дисплеи, пожалуй, одними из главных гаджетов умного дома. Их функции давно вышли за рамки домашних кинотеатров. Сегодня эти устройства можно использовать, например,

в качестве личного ассистента для организации удаленных встреч и презентаций, превратить в элемент декора или делегировать им часть функций по управлению умным домом.

Samsung The Wall — первый в мире модульный экран с технологией MICRO LED — сравним с масштабной настенной мозаикой, сложенной из миллионов микроскопических источников света. Соединяясь в единое полотно, светящиеся модули обеспечивают премиальное качество изображения, при этом мозаичная конструкция позволяет экрану The Wall принимать практически любые размеры и форму.

Демонстрируя великолепную чистоту цвета как при ярком освещении, так и в темноте, а также высокий уровень контраста, технологии The Wall гарантируют безупречное качество изображения даже если вы смотрите среднего качества видео или неотреставрированный фильм эпохи немого кино.

ФОТО ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ (2)

Какую роль The Wall выполняет в умном доме? В целом ту же, что и телевизор премиум-класса, но за счет сверхбольших размеров его интеграция в пространство дома выглядит еще более масштабно, будь то просмотр телепередач или сериалов со стриминговых платформ, рабочие презентации и видеозвонки или управление развлечениями и технологиями умного дома через приложение SmartThings.

Словно в музее или галерее, The Wall может послужить «полотном» для демонстрации любого художественного произведения — изображение можно менять в зависимости от ситуации, превратив экран в интерактивное окно «с выходом» в цветущий сад или на вечерний мегаполис. Он может поднять настроение в пасмурный день картиной солнечного леса или помочь расслабиться перед сном изображением заката. Один из лучших на рынке графических процессоров, используемый для формирования картинки на экране, обеспечивает обработку HDR10+, формирует оптимальную величину пиковой яркости и высокую точность воспроизведения шкалы серого, благодаря чему изображение на экране практически неотлично от реального.

По примеру дизайнеров общественных пространств можно использовать The Wall в качестве продолжения декора — дисплей сольется с обоями или дополнит их эффектной деревянной рамкой.

Легкая установка экрана, практически любая конфигурация, тонкий и элегантный дизайн, позволяющий органично интегрировать его в любое пространство, а также безукоризненная цветопередача, — все эти характеристики сделали высокотехнологичный светодиодный экран The Wall популярным решением для современного умного дома во всем мире.

Питание по уму: легко и безопасно

Одно из главных мест дома, где тренд на здоровый образ жизни разворачивается во всю широту своего диапазона, — кухня. Если еще 10 лет назад правильное питание считалось обременительным занятием для самых упорных адептов, то сегодня оно стало повсеместным трендом, и не в последнюю очередь благодаря умным девайсам, не оставляющим шансов для отговорок и компромиссов.

Инновационные варочные панели или духовые шкафы режиссируют гастрономический процесс, превращая кухню в пространство экспериментов: они контролируют время приготовления и температуру, помогают избежать типичных кулинарных промахов и в разы экономят время.

На этом фоне растут продажи премиальной бытовой техники для кухни. Исследователи рынка объясняют это тем, что мы пользуемся подобными устройствами каждый день, и они напрямую влияют на наше ощущение благополучия и комфорта. То есть вложиться в люксовую варочную панель или духовой шкаф такой же разумный ход, как приобрести вместительный автомобиль для поездок большой семьей.

Система **Asko Celsius°Cooking™** — один из примеров того, как умные технологии полностью преображают и сам кулинарный процесс, и концепцию кухни. Варочная панель, сковорода, сотейник и термозонд связываются между собой по Bluetooth — такая коммуникация гарантирует поддержание правильной температуры и идеального нагрева на протяжении всего процесса, даже если вы отвлеклись на рабочие дела или находитесь в другой части квартиры. За



чистоту воздуха отвечает расположенная в центре панели вытяжка с автоматическим подъемом, надежно устраняющая все запахи.

Celsius°Cooking™ продумана так, что каждый ее аксессуар автономно исполняет свою партию, вступая в общую игру через беспроводную сеть. Если нужно подрумянить стейк, поджарить на небольшом количестве масла рыбу или кабачковые оладьи — с задачей лучше всего справится сковороды. Для приготовления ужина для большой компании или, например, медленного томления овощного рагу оптимальным выбором станет сотейник. Термозонд Celsius°Cooking™ — то устройство, которое измеряет температуру внутри готовящегося блюда. А перегорания или перегрева не допустит датчик температуры, расположенный в центре дна сковороды или сотейника.

Температурные данные со всех устройств передаются на варочную панель, которая самостоятельно регулирует мощность: все, что требуется от «шефа» перед началом процесса, — выбрать подходящий аксессуар и задать нужные температурные параметры.

Еще одним шагом на пути к правильному питанию может стать специально разработанный для Celsius°Cooking™ сайт с подробными рецептами и тематическими разделами. Например, в меню здорового питания можно найти безглютеновые блюда, а в коллекции ужинов — что-то легкое, полезное и несложное в приготовлении для завершения рабочего дня или пошаговый рецепт, например, соте-супа с креветками, кукурузой и пряностями, которым можно удивить гостей. Компромиссные варианты предусмотрены и для любителей сладкого: от безглютеновых крем-брюле или кардамонового пудинга до мягких лакричных карамелек и вегетарианского пряного пюре из ревеня.

Зеленые технологии

Премиальную технику отличает не только впечатляющий размах функций, но и энергоэффективность, позволяющая экономить ресурсы, а также безопасность материалов — в случае с кухонной техникой, которая напрямую связана с качеством питания, последнее становится критически важным.

Электрические духовые шкафы премиального бренда VÄRD с интегрированными интеллектуальными технологиями, наряду с абсолютно точным управлением температурой, гарантируют энергоэффективное использование и долговечность, а соответственно, экологичность.

Еще одна особенность моделей, на которой делают акцент производители, — высокопрочная антипригарная эмаль ColdPyro, в которой полностью отсутствуют добавки, способные негативно отразиться на здоровье: она не выделяет опасных паров и не покрывает пищу вредными микрочастицами. ColdPyro, которая состоит главным образом из диоксида кремния — очень твердого материала, используемого для изготовления кварцевого стекла, наносится как на противни, так и на всю камеру духового шкафа.

Другие важные качества покрытия — способность к самостоятельному восстановлению после воздействия высоких температур и позволяющий сэкономить время легкий уход: любые брызги, капли или пригоревшие частицы можно удалить буквально одним движением руки при помощи увлажненной мягкой губки.



Два в одном: Многофункциональность и дизайн

Как меняются требования к технике со стороны пользователей? Одна из важных влияющих на спрос характеристик — многофункциональность. От бытовых устройств ждут не просто безупречного выполнения традиционных функций, но и дополнительных возможностей — тренд побуждает производителей предлагать все новые гибридные модели. Такие девайсы не только экономят пространство, но и предоставляют максимальное количество сценариев использования.

Одно из последних предложений **Samsung Electronics**, многодверный интерьерный холодильник **Bespoke RF9000JC**, наделен теми же функциями, что и другие модели данной серии. Он без труда встраивается в любой интерьер благодаря элегантному лаконичному корпусу с четырьмя дверями и утепленными ручками; обладает большой вместимостью — до 551 л; долго сохраняет свежесть и полезные свойства продуктов, позволяя планировать меню на неделю вперед. Дополнительная функция Bespoke RF9000JC, которая наверняка впишется в жизненный сценарий владельцев, любящих принимать гостей и ценящих эффектную подачу блюд, — отделение для напитков и встроенный автоматический льдогенератор.

Скрытое за черной прозрачной дверью отделение для напитков — своего рода полноценный домашний «бар», который украсит шумную вечеринку с друзьями, торжественный семейный ужин, совместный просмотр кинопремьеры на большом дисплее или детский праздник. В «баре» предусмотрена автономная система настройки температуры — она на 4–5 градусов выше, чем в холодильной камере, поэтому он идеально подходит для хранения как отдельных сортов белого вина и авторских коктейлей, так и тирамису или панакоты с ягодами.

При приближении на определенное расстояние, которое можно установить в приложении SmartThings, холодильник включает умную подсветку — благодаря мягкому освещению расположенные в баре десерты, коктейли и лимонады становятся «видимыми» сквозь прозрачные дверцы. Достать понравившийся напиток или любой продукт можно буквально в одно касание — за счет распознающих прикосновения встроенных сенсоров.

Другая уникальная функция холодильника — подключенный к водопроводу диспенсер с фильтром, который

служит бесперебойным «поставщиком» свежей питьевой воды. В этом же отделении расположен элегантный встроенный кувшин, куда также поступает очищенная водопроводная вода. Снабженный специальным заварочным устройством, он позволяет практически мгновенно готовить лимонады и прохладительные чаи к обеденному столу — достаточно добавить кусочки фруктов, ягоды или ароматные травы. Жарким летним днем незаменимым дополнением к любому напитку станет свежеприготовленный лед, для которого в холодильнике предусмотрен автоматический льдогенератор.

Стильная интеграция

Дизайн — такая же важная для пользователей характеристика, как и многофункциональность устройства. Духовой шкаф, холодильник или стиральная машина должны соответствовать общему стилю дома или как минимум не вступать с ним в противоречие. Бренды реагируют на этот запрос минималистским дизайном, лаконичными формами и качественной отделкой, которые могут интегрироваться в любое домашнее пространство.

Международный бренд премиальной бытовой техники **Casarte** уделяет дизайну продуктов особое внимание — этот подход заложен как в его названии, которое происходит от итальянских слов La casa и arte («искусство дома»), так и в философию, согласно которой высокие технологии неразрывно связаны со стилем.

Casarte специализируется на крупной бытовой технике, которая благодаря элегантным формам и глубоким оттенками лунного света органично интегрируется и в минималистичные, и в классические интерьеры. Например, эргономичная колонна **Casarte Double Drum**, одновременно включающая стиральную и сушильную машины, может украсить собой практически любую зону от гардеробной до ванной. Несмотря на то, что один корпус объединяет две функции, высота Casarte Double Drum ограничивается 150 см: стиральная машина с инверторным мотором и загрузкой до 12 кг располагается в нижней части колонны, а верхний барабан — сушильная машина с тепловым насосом, инверторным мотором и вентилятором, обеспечивающим циркуляцию воздуха.

Будучи многофункциональным бытовым прибором, Casarte Double Drum объединяет все доступные технологии и возможности для стирки, сушки и ухода, в том числе созданные на базе искусственного интеллекта. Благодаря мультисенсорам машина самостоятельно определяет тип ткани, подбирает температурный режим, настраивает число оборотов или время стирки. В общей сложности она включает больше 20 программ: от деликатного ухода за такими капризными материалами, как шелк, кашемир или искусственный мех, до автоматической программы «Стирка + Сушка», которая делает процесс ухода за изделиями максимально легким и быстрым: без дополнительных действий и настроек. Любую программу можно запустить удаленно — об окончании работы вы узнаете по уведомлению, которое пришлет приложение.

Высокие технологии и виртуальная реальность с поразительной точностью материализуют воображаемые дома будущего, изобретенные писателями-фантастами и режиссерами середины прошлого века. С другой стороны, тяга к осязаемому, «земному» и привычному постоянно возвращает нас к элементам классического стиля. Где-то на этом стыке будущего и прошлого и рождается концепция домов настоящего. ▲■





ПАРК МАЛЕВИЧА (BASIS)

О БЛАГОУСТРОЙСТВЕ

■ Через четыре года здесь будет город-сад.

— Владимир Маяковский

■ При таких условиях невозможно ожидать, чтобы обыватели оказали какие-нибудь подвиги по части благоустройства и благочиния или особенно успели по части наук и искусств.

— Михаил Салтыков-Щедрин

■ Внутри всякого города всегда есть другой город.

— Жиль Делез

■ ... городок оказался фотогеничный, хоть и жопа мира.

— Макс Фрай

■ От своего города я требую: асфальта, канализации и горячей воды. Что касается культуры, то культурен я сам.

— Карл Краус

■ Парки — это легкие Лондона.

— Уильям Питт-старший

■ Самый чудесный город — это тот, где человек счастлив.

— Эрих Мария Ремарк