

архитектура

Как фишка ляжет

Успех девелоперского проекта на рынке элитной недвижимости, как правило, зависит от таких параметров, как местоположение, архитектурно-планировочные решения, инженерия, дизайн.

— элитная недвижимость —

А в последнее время застройщики все чаще прибегают к нестандартным конструктивным и техническим решениям: креатив привлекает больше покупателей и продается дороже.

Общий взгляд

На поиск необычных решений девелоперов толкает в основном рост конкуренции на рынке элитной недвижимости. «Рынок недвижимости, в том числе элитной, является очень конкурентным. Сегодня нестандартный подход к созданию уникальных характеристик жилых комплексов является для девелоперов коммерческой необходимостью, так как креатив в проекте напрямую влияет на интерес потенциальных покупателей. Особое внимание уделяется архитектуре, материалам и технологиям», — говорит генеральный директор компании Vespreg Борис Азаренко. По его словам, это могут быть креативные решения, связанные с архитектурой, историей объекта или территории.

По словам управляющего директора «Century 21 Запад» Евгения Скоморовского, «на рынке элитной недвижимости в последнее время резко выросла конкуренция: проекты реализуются в самых разных местах, только в Хамовниках одновременно продаются квартиры как минимум в пяти проектах». В результате, по данным исследования SOHO Estate, наценка на креатив может достигать 70–80% от стоимости проекта. «Безусловно, двумя главными факторами при выборе квартиры для покупателей всегда будут местоположение и цена. Однако учитывая большое количество схожих предложений, девелоперы стремятся к созданию в своих объектах уникальных характеристик, способных повысить интерес клиентов», — добавляет руководитель отдела маркетинга управления недвижимостью «Миллхаус» Станислав Лобанов.

По свидетельству директора инвестиционного департамента Tekta Group Романа Семчишина, для покупателя элитной недвижимости стоимость квадратного метра не является определяющим фактором, напротив, клиент готов потратить крупную сумму денег, но взамен потребует высокого уровня обслуживания и уникальности будущего жилья. «Чем выше уровень проекта, тем требовательнее покупатель. Целевая аудитория в этом сегменте представлена искушенными состоятельными людьми, которые, как правило, уже имеют недвижимость за границей, чем обусловлены их повышенные требования к жилью в России, которым стараются соответствовать девелоперы столичного рынка», — говорит эксперт.

По словам управляющего партнера агентства недвижимости Tweed Ирины Могилатовой, основные факторы, влияющие на принятие решения о покупке в элитном сегменте, — местоположение, тип дома, параметры квартиры, то есть все зависит от потребностей конкретного покупателя. «„Фишки“ могут добавить объекту привлекательности, но все зависит от того, в чем именно состоит „фишка“», — считает эксперт.

Архитектура превыше всего

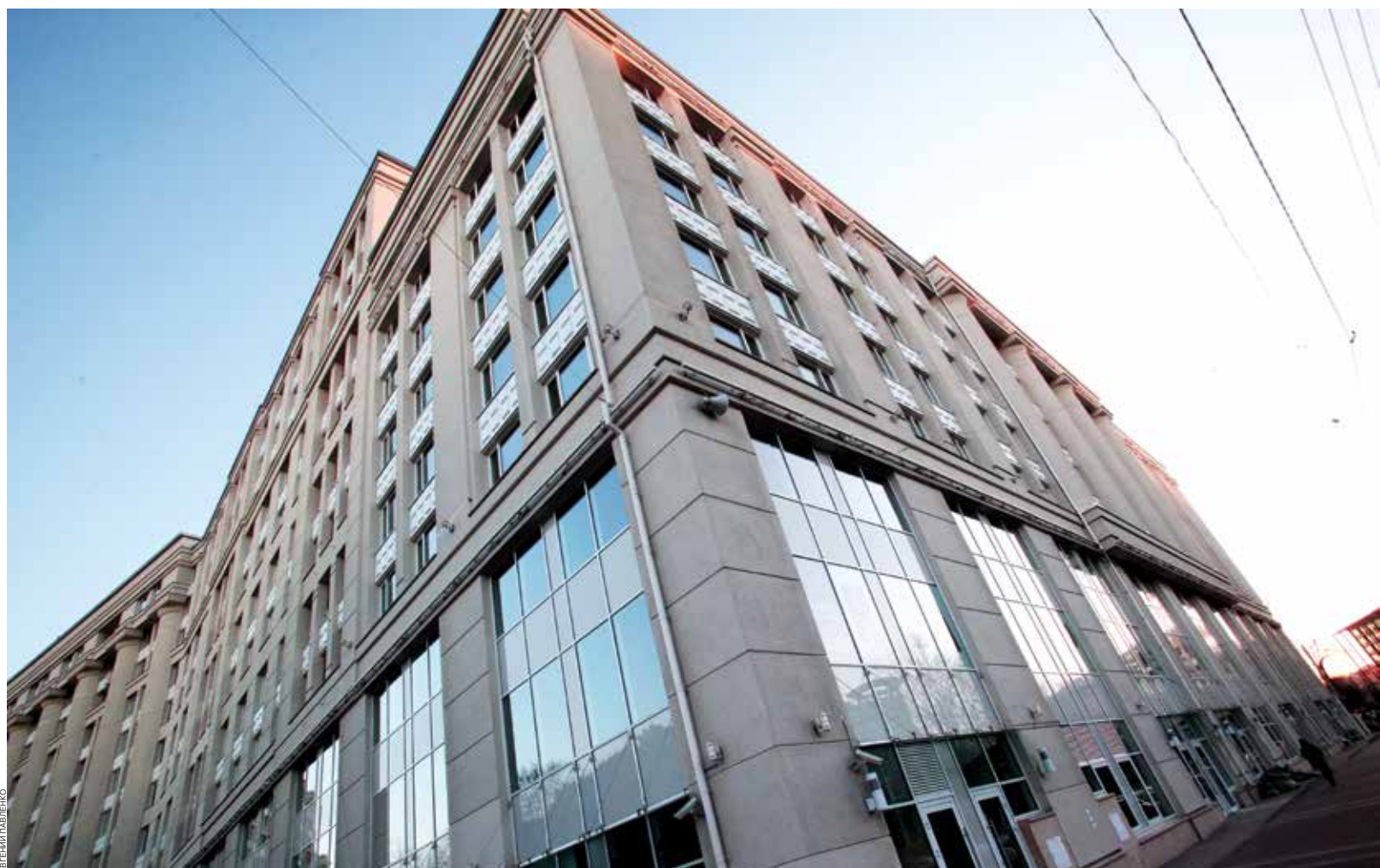
Для привлечения покупателей основной акцент обычно делается на архитектурной концепции проекта, рассказывает заместитель генерального директора ОПИН Наталья Картацева. «Девелоперы предлагают разные идеи: верхние этажи оборудуют под пентхаусы с террасами, первые делают на возвышении, потому что первый этаж не пользуется

большим спросом. Иногда предлагают отдельный выход в квартирах на первом этаже, что создает ощущение собственного дома. Дополнительными элементами для привлечения клиентов могут служить просторные входные группы в подъезде с консьержем, доступ в паркинг через лифты, наличие кладовых», — говорит эксперт. Привлечь покупателя может развитая инфраструктура: gym service, химчистки, прачечные, клининговые услуги, услуги няни. Доступ к ним может осуществляться самостоятельно либо через управляющую компанию. Важно также наличие спа и фитнеса.

Если в комплексе не предусмотрены школы и детские сады, застройщик может организовать автобус до ближайших детских учреждений — это удорожает проект в среднем на 20%. Как отмечает управляющий директор в России и СНГ компании Valartis Group Александр Николаев, если предложенное нестандартное решение оказывается востребованным покупателями, то со временем становится рыночным трендом. Так, например, два года назад компания Barkli предложила покупателям жилье с отделкой от известного дизайнера Филиппа Старка. Теперь девелоперы соревнуются в нестандартности дизайнерских решений. Так, в элитном комплексе апартаментов Turandot Residences предложили покупателям жилье с отделкой от креативного директора Jade Jagger For Yoo Джо Джайда в редких для России стилях — нью-йоркского Disco и изысканных английских загородных домов Aristo.

По данным руководителя департамента жилой недвижимости компании Wellhome Жанны Лебедевой, необычная архитектурная концепция может увеличить себестоимость проекта на 5–30%. По словам Романа Семчишина, большое внимание в сегменте премиум уделяется внешнему облику здания. Для разработки концепции девелоперы приглашают архитекторов с мировым именем. При этом архитектурное оформление часто связано с названием или легендой проекта. Например, декоративные элементы фасада Villa Herbyth (в честь Одри Хепберн), входящей в состав комплекса Legend, повторяют орнамент любимого кружевного платья актрисы. По словам руководителя департамента продаж городской недвижимости компании Blackwood Оксаны Дивеевой, если объект претендует на место в элитном или премиум-классе, то вполне естественно, что он должен отличаться не только рядом технических и технологических характеристик, но и воплощать собой архитектурный замысел, который будет выделять его из ряда подобных сооружений. Большинство объектов, относящихся к элитному и премиум-сегментам в Москве, отвечают этим требованиям.

Среди них можно выделить несколько зданий, которые полностью соответствуют английскому понятию «odd house» — необычный, удивительный дом, дом, который выделяется из окружающей среды и который в первую очередь рассматривают люди, желающие приобрести жилье в элитном или премиум-сегментах, говорит эксперт. По ее словам, одним из ярких тому примеров является дом по адресу: Брюсов переулок, 19, на фасаде которого растут каменные деревья. «Каменные изображения древесных стволов, каждый из которых вместо капителя увенчан кадкой с настоящим деревом, является одним из самых необычных архитектурных решений, позволяющих сразу выделить этот дом среди похожих. Поэтому его называют „домом с каменными деревьями“», — добавляет Оксана Дивеева.



Элитный жилой комплекс «Александрия» на улице Новгородской — первый проект в Петербурге всемирно известного испанского архитектора Рикардо Бофилла, представителя постмодернизма

Звезды влияют на продажи

— финансы —

По мнению экспертов в сфере недвижимости, в некоторых случаях звездное имя архитектора жилого комплекса позволяет улучшить продажи и повысить цену квартиры.

Петербург — город, в котором с самого начала его существования активно творили западные архитекторы. Первыми звездами, приглашенными в Петербург, были швейцарец Доменико Трезини, француз Жан-Батист Леблон и другие замечательные мастера. Петр I всячески поощрял приезд иностранных архитекторов в Петербург: им платили в десять раз больше, чем русским мастерам, но обязательным условием было — обучение русских учеников «художествам и ремеслам, которые сам знает».

Сегодня западные специалисты реализуют в Петербурге статусные проекты, но не всегда до конца. Так, архитектор концертного зала Мариинского театра француз Ксавье Фабр в 2006 году жаловался, что построенное здание искажает его авторский замысел. А первые два проекта Марининки-2 были отменены под предлогом, что их попросту невозможно было реализовать в России. Злополучный стадион на Крестовском острове проектировал японец Кисе Курокава — проект уже неоднократно корректировался. Так зачем же проектами для нас занимаются западные архитекторы?

«Звезды архитектуры, конечно же, нужны, но на знаковых объектах высокого уровня. Звезд, имя которых было бы известно не только в мире архитектуры, к сожалению, не так много, поэтому если это не Сантьяго Калатрава, или не Заха Хадид и Норманн Фостер, то рассчитывать на ощутимую прибавку к стоимости, на мой взгляд, в России, не стоит. На нелюбимых объектах гораздо проще привлечь среднего европейского архитектора, который огромных денег не возьмет, но при этом представит качественный продукт», — уверена Анна Иванова, директор по развитию финского проектного бюро Rumpu.

Тем не менее, по словам экспертов, именитый архитектор помогает продавать объект. «Как правило, специалистов международного класса приглашают для реализации объектов премиальных классов недвижимости. Покупатели недвижимости классов „элит“ и „комфорт“, как правило, разбираются в тенденциях, им знакомы имена известных архитекторов, они хотят и готовы приобретать квартиры не в типовых новостройках, а в домах,

которые станут символами своего времени. Качественно подготовленный проект с точки зрения архитектуры и проектирования помогает значительно сэкономить на этапах строительства и эксплуатации — уменьшить количество бесполезных углов, длинных коридоров, но при этом оставить помещение просторным и комфортным. На мой взгляд, скупой платит дважды, поэтому привлечение опытного архитектора — это залог успеха проекта и с точки зрения качества исполнения, и с точки зрения продаж», — говорит Ольга Пономарева, вице-президент ГК Leorsa.

«Такое сотрудничество, в первую очередь, играет имиджевую роль, повышает статус проекта. Особенно в нынешней остроконкурентной ситуации тандем со „звездным“ архитектором является одним из многих элементов, которые в комплексе влияют на успешность проекта на рынке. Сегодня, когда у покупателей есть достаточно богатый выбор объектов, девелоперам приходится идти на различные ухищрения для привлечения внимания именно к своему проекту. В МФК Docklands мы использовали опыт редевелопмента промышленных территорий в таких городах, как Лондон и Гамбург, и к работе над проектом были привлечены иностранные специалисты: архитектурное бюро Zukauskas | Architects из Германии, а также британские дизайнеры из бюро Andrew Martin», — рассказывает Светлана Петрова, руководитель отдела по работе с недвижимостью ГК «Балтийский монолит». По ее мнению, наиболее эффективно привлекать западных звезд архитектуры, работающих в тандеме с российскими адаптерами.

По подобной схеме работают многие компании. «Оптимальной для себя мы считаем схему, когда западный архитектор разрабатывает эскиз, а разработка рабочей документации, согласно нашим многочисленным нормам, ведется российскими подрядчиками. Эскиз генерального плана нам разрабатывали финские проектировщики, эскизы домов и таунхаусов — канадцы. Такое сотрудничество значи-

тельно повышает качество поселка. Обе страны уже много лет развивают рынок комплексных пригородных проектов, в том числе и в сегменте таунхаусов. До 60 процентов канадцев живут именно в таком типе жилья. Причем в сравнимых с нами погодных условиях. Сотрудничая с ними, мы приобретаем неопределимую экспертизу», — говорит Елена Карасева, директор по маркетингу компании «Петростиль».

Есть преимущества и при работе со звездными петербургскими архитекторами. «Наш небоскреб Ingria Tower будет строиться по проекту петербургского архитектора Сергея Цыцина. Несмотря на все сложности — небоскребы все-таки непривычны для нашего рынка продукт, — проектом мы полностью довольны как с эстетической, так и с функциональной точки зрения. Нам удалось совместить в башне все функции — и жилье (апартаменты), и бизнес-центр, и торговлю так, чтобы они не мешали, а дополняли друг друга», — рассказывает Павел Брезной, директор по развитию ООО «Строительная компания „С.Э.Р.“».

«Помимо качественных фасадных и планировочных решений, плюсами являются понятные сроки на проектирование, четко выстроенный процесс взаимодействия не только с девелопером, но и с городскими структурами, согласующими проект», — добавляет Галина Черкашина, директор по маркетингу Knight Frank St. Petersburg. При этом, по ее словам, привлечение не столь знаменитых архитектурных студий дает не только более привлекательное ценообразование, но и более гибкий подход к работе. «Они в большей степени готовы прислушиваться к мнению заказчика, экспертному мнению консультантов проекта. Работая с новичками, вы получаете, с одной стороны, „незаурядный“ взгляд на проект, с другой стороны, рискуете сроками как на проектирование, так и на согласование комплекса», — объясняет Галина Черкашина.

По словам Арсения Васильева, генерального директора ГК «Унист-Петросталь», в сегменте эконо-

класса девелоперы отдают предпочтение российским специалистам, так как они лучше знают российский законодательство, более гибко реагируют на пожелания заказчика, лучше чувствуют архитектуру российских городов. «Но надо иметь в виду специфику полученного образования, опыта строительства советских периодов — отечественные архитекторы в меньшей степени заботятся о коммерческой составляющей проекта, ориентируясь на „красоту“, а не на практичность. Кроме того, российских специалистов просто не хватает на весь объем проектируемых объектов», — говорит господин Васильев.

Впрочем, некоторые эксперты считают, что звезды архитектуры нужны не всегда. «Конкретно измерить получаемую от них прибавочную стоимость трудно. Она зависит от множества субъективных и объективных факторов: состояния рынка, ожиданий и готовности покупателей к переплате за имя. В любом случае — бесконечной прибавочная стоимость быть не может, а себестоимость строительства — конкретна и растет», — уверен Дмитрий Симанов, заместитель руководителя архитектурно-дизайнерского отдела бизнес-единицы «ЛСР. Недвижимость — Северо-Запад». Кроме того, у каждой звезды есть свое уникальное качество и умение, приведшее на вершину успеха. Кто-то отлично работает с объемами и светом, кто-то — с конструкциями, кто-то „строит будущее уже сегодня“, у кого-то идеальное чувство юмора и цвета. Эти качества позволяют им строить заметные на общем фоне объекты, зачастую объективно обладающие оригинальными или выдающимися качествами. «Поэтому при рассмотрении объектов „от звезд“ надо быть особенно осторожным, тщательно анализировать их объективные, конкретные качества. Залог успешного архитектурного проекта — специалисты, наиболее компетентные и опытные в решении конкретных задач, поставленных перед проектом», — считает господин Симанов.

Павел Никифоров

СОВРЕМЕННЫЕ ЗДАНИЯ, ПОСТРОЕННЫЕ В ПЕТЕРБУРГЕ С УЧАСТИЕМ ИНОСТРАННЫХ АРХИТЕКТОРОВ

- 2005–2006** Концертный зал Мариинского театра. Ксавье Фабр (Франция)
- 2006–2007** жилой дом на Казанской, 58. Архитектурная мастерская Eagle Group Oy (Финляндия)
- 2001–2007** католический монастырь на 9-й Красноармейской, 10. Леонардо Бруджиотти (Италия)
- 2006–2007** многофункциональный комплекс «Балтийская жемчужина». Архитектурное бюро Sharman Taylor (Великобритания), Ли Хенг (Китай)
- 2007–2008** жилой дом на ул. Асафьева, 3, корпус 1. Архитектурное бюро Юкки Тикканена (Финляндия)
- 2011** торгово-развлекательный комплекс «Лето». Sud Architects (Франция)
- 2008–2013** вторая сцена Мариинского театра. Джек Даймонд, Diamond Schmitt Architects (Канада)
- 2013** торгово-развлекательный комплекс «Лондон Молл». Архитектурное бюро Sharman Taylor (Великобритания)
- 2008–2013** жилой комплекс на ул. Новгородской, 23. Рикардо Бофилл (Испания)

Цена имени

— авторство —

Российские же архитекторы работают в ином ключе, который, в основном, является следствием того, что эстетика объекта нужна не многим заказчикам, да и дополнительные деньги, к сожалению, красивым фасадом получить заработать лишь в редком случае», — считает Анна Иванова.

«Проект Docklands мы делаем с использованием архитектуры лофтов. Поэтому хотели взять за образцы лучшее — Лондон, Париж.

Наши архитекторы этого пока не умеют делать. Здесь нужно понимать, чувствовать. Поэтому пригласили молодого западного архитектора. Он „варился“ на Западе, получил там образование. Но есть своя сложность. Нужен тот, кто сможет проект адаптировать», — говорит Светлана Петрова, руководитель отдела по работе с недвижимостью ГК «Балтийский монолит».

Еще один фактор, который различает отечественных и зарубежных архитекторов, — разное понимание стадий проектирования

и сопутствующих им объемов работ. «То, что у нас расценивается как „эскизная“ стадия, на Западе считается вполне завершенным архитектурным проектом. Тот проект, что у нас проходит экспертизу и служит только основанием для дальнейшей разработки собственно „рабочего проекта“ (по которому объект строится), иностранцами расценивается как готовый „рабочий проект“. Большая часть того, что у нас входит в „рабочий проект“, за рубежом вообще не выполняется архитек-

тором, а передается в разработку подрядчиком по отдельным видам строительных и инженерных работ. Эту специфику необходимо учитывать при работе с иностранными архитекторами, чтобы избежать взаимных разочарований», — советует Оксана Андророва. По ее мнению, необходимо предусмотреть «доработку» и конкретизацию выполненного иностранцем архитектурного проекта до стадии «рабочего».

«Отличаются и собственно архитектурные решения. Иностран-

цы, как правило, более тщательно относятся к архитектурным деталям, подбору материалов. При этом ориентируются на „своих“ поставщиков, а это стоит дороже. У западных архитекторов часто более обширный опыт работы с новыми материалами, сложными системами и решениями. Это объясняется более высоким технологическим и производственным уровнем западного строительного рынка (имеются в виду развитые страны Западной Европы). Но в этом есть и оборотная сторона.

Планировочные решения, организация жилого пространства могут быть подчинены архитектурному облику. А сложности с продажей таких квартир возникнут значительно позже „точки обратности“ проекта. Сохраняются отличия в подходах, связанные со специфической культурного контекста и архитектурного образования в разных странах. К сожалению, западная архитектура не всегда получается адекватной контексту», — полагает Оксана Андророва.

Павел Никифоров