

НОВОСТРОЙКИ ПРЕДЛАГАЮТ УМНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА

LEGENDA
INTELLIGENT
DEVELOPMENT



Одно из самых интересных предложений коммерческой недвижимости в новостройках города — комплекс встроенных помещений в smart-домах компании LEGENDA в Приморском районе. Девелопер сумел создать супервостребованный продукт на традиционно небогатом новаторскими решениями рынке встройки. Секрет успеха приоткрыл исполнительный директор компании LEGENDA Алексей Ключев.

— Алексей, рынок встроенных помещений все чаще обсуждается в профессиональных кругах. Это связано с его раскрывающимся потенциалом или с накопившимися проблемами?

— Действительно, за последнее время было несколько конференций на эту тему, и коллеги с большим интересом отнеслись к нашему опыту. Темпы продаж и активность обращений подтвер-

— встройка в жилых домах нового времени. Но девелоперы не смогли или не захотели вывести качество встройки на новый уровень. Она проектировалась по остаточному принципу: что-нибудь сделаем, как-нибудь продадим. Я до сих пор удивляюсь, когда вход в очередной «магазин у дома» мало чем отличается от входа в подвал, не говоря уже о качестве и планировке самого помещения.

— Очевидно, что застройщики больше внимания уделяют квартирам, нежели коммерции на первых этажах. Квартиры приносят больше прибыли, а встройка — это небольшие проценты от общей площади здания, они и так продадутся. Ведь так?

— Я бы не сказал, что все застройщики уделяют больше внимания квартирам, чем встройке. Главенствует принцип «как-нибудь нарежем». Чудовищными планировками, которые встречаются в новых домах, уже никого не удивишь. К своей встройке мы подошли, руководствуясь теми же принципами, что и при создании наших smart-квартир.

У нас довольно значительный объем коммерческих площадей. Под встройку мы отвели два первых этажа всей нашей застройки на углу Оптиков и Яхтенной. Главным критерием при проектировании этих помещений стало наше отношение к будущим собственникам и их клиентам. Мы подумали о том, как люди хотят вести свой бизнес. Что им не хватает в нынешнем предложении. Какой опыт рынка — позитивный, негативный — нужно учесть.

— Первое, что бросается в глаза, — это большая площадь остекления в ва-



В smart-комплексах компании LEGENDA бизнес развернется на первых двух этажах

То, что мы сегодня видим на рынке, как правило, результат сконцентрированности проектировщиков на жилой части дома. Именно так в коммерческих помещениях появляются неожиданные колонны, непереносимые и неудобные стены, какие-то непонятные закутки, которые просто «прирезали» к помещению ради продаваемой площади, но в которых нет функционального смысла. Я уж не говорю об отсутствии санузлов, которое также можно встретить просто потому, что об этой встройке никто не подумал заранее.

Мы подумали. Поэтому нет лишних стен, помещения прямоугольные, расположены вдоль светового фронта и максимально используют преимущества витринного остекления. Везде есть санузлы. Обязателен отдельный вход, а в некоторых случаях их два.

— Вы сказали, что отдали встройке два этажа. Но ведь известно предубеждение бизнесменов и инвесторов, не желающих даже рассматривать «не первый».

— Здесь мы тоже сделали как надо. Для каждого помещения на втором этаже предусмотрен свой удобный вход с первой линии, а не откуда-то сбоку. Для многих видов бизнеса второй этаж оказывается даже предпочтительнее. Например, для стоматологических клиник. Кстати, у медицинских центров есть еще одно требование — помещение должно быть двусторонним, иметь два световых фронта. Такие варианты у нас тоже предусмотрены.

Конечно, есть клиенты, которые говорят, что не готовы рассматривать второй этаж. Но с ними вопрос решается демонстрацией качественного продукта, то есть поездкой на стройку. Достаточно взглянуть, как красиво и удобно это выглядит на самом деле, — они меняют свое мнение. Таких покупателей у нас за 1,5 года было немало.

— Еще один камень преткновения современной встройки — это вопрос под-

ведения необходимых коммуникаций и размещения вывесок. Например, кондиционеры, генераторы и вывески часто уродуют фасады совсем свежих зданий.

— Хороший вопрос! Не только уродуют, но и само устройство инженерных сетей во встроенных помещениях зачастую превращается в неразрешимую проблему, поскольку об этом не подумали на стадии проектирования и строительства. Нами заложены в проект необходимые параметры для разных видов бизнеса. Недостатка не будет.

Даже под вывески мы продумали специальные крепления. Ведь все хорошо помнят, как в начале 1990-х вывески всех мастей обезобразивали здания. Сегодня этот вопрос более регламентирован на уровне города, но мы сделали максимум, чтобы бизнесменам было удобно, а фасад наших домов оставался ярким и красивым, ведь он должен стать одной из визитных карточек района, и уже сегодня будущие жители очень гордятся этим фактом.

— Под какие виды бизнеса продуманы ваши коммерческие помещения?

— У нас есть помещения под магазины всех направлений, под офисы и сферу услуг, под кафе и рестораны. Есть помещения на красных линиях — ориентированные на значительные людские и автомобильные потоки улицы Оптиков. Эти магазины смогут обслуживать все население района и проезжающих мимо горожан. Вдоль Яхтенной мы разместили также небольшие офисные модули:

— А что вы можете сказать об этом окружении? Кто будущие посетители?

— Северо-Приморская часть в этом плане уникальная территория. Некогда грандиозная жилищная стройка сегодня завершается. Осталось лишь несколько реализуемых проектов, наши два дома в том числе. Пятен больше нет. Район уже, что называется, сложился. Жизнь становится размеренной и упорядоченной, а бизнес (в первую очередь торговля) перестал ориентироваться на новоселов. Люди живут обычной жизнью, а это значит, что им нужно ходить за покупками, встречаться с друзьями в кафе, решать повседневные бытовые вопросы. Поэтому у владельцев помещений на красных линиях недостатка в посетителях не будет.

Но еще более интересной аудиторией для бизнеса будут жители наших smart-домов. Кто знаком с нашей концепцией домостроения, хорошо представляет, что это очень прогрессивные люди, умеющие выбирать лучшее и наиболее удобное, имеющие активную жизненную позицию и хороший достаток. Почти 4 тыс. жителей двух наших домов — это ежедневные покупатели и клиенты всего комплекса встроенных помещений.

— Как вы оцениваете эффективность решений, заложенных в вашу встройку?

— По законам рынка состоятельность предложения оценит конечный покупатель. И он голосует рублем. Интенсивность обращений и число



Помещение под ресторан еще ждет своего хозяина

дают, что LEGENDA создала отличный продукт. Причем «отличный» во всех смыслах, в том числе серьезно отличающийся от предложения рынка.

Я бы разделил весь рынок встроенных помещений на несколько больших исторически сложившихся групп. Первая — это советское наследие. Все мы хорошо знаем универмаги на первых этажах. Панорамное остекление, продуманные входы/выходы — все это было требованием времени и великолепно работало. Но потом по городу прошла волна выкупа квартир на первых этажах. Мы получили вторую группу помещений, в которых предприниматели прочувствовали весь спектр неудобств и ограничений «бывшего жилья». Третья группа

шей встройке. Что это — дань моде или функциональное решение для бизнеса?

— Это базовые принципы торговли. Витрина обеспечивает более тесный контакт с потребителем, это простой и эффективный способ привлечь его внимание. Высокое качество витрин обеспечивает немецкий профиль Schuko. А еще это хорошая освещенность пространства, чувство уюта и комфорта внутри. Ведь не только остекление, но и правильная форма помещений, отсутствие темных углов и странных конфигураций стен, высокие потолки — все это является обязательными характеристиками качественного и удобного пространства для современного бизнеса. И у нас это все есть.



Около 4 тыс. жителей smart-домов — постоянная и очень интересная для бизнеса аудитория



Девелопер продумал все технические вопросы, вплоть до размещения вывесок

их собственники размещают здесь свои компании или смогут организовать небольшие бизнес-центры. Есть отдельная пристройка под большой ресторан.

Как в итоге будет выглядеть ассортимент товаров и услуг нашей встройки, сегодня сложно сказать. Кто-то покупает уже под конкретный бизнес, другие собираются сдавать в аренду. Мы не торопимся с реализацией, помещения продаются по мере роста домов. К завершению строительства мы планируем продать все, и будущие собственники сами сориентируются, какой бизнес открыть и чем удовлетворить жителей дома, квартала, района.

сделок доказывают, что мы со своим предложением «попали в десятку». Насколько наши коммерческие помещения качественно отличаются от предложения остального рынка, настолько и наши покупатели рассматривают их приобретение вне сложившихся стереотипов. Это уже не 7-8 лет окупаемости, как принято считать при покупке помещений, имеющих недостатки и сомнительные перспективы. Как и квартиры в smart-домах, люди покупают нашу встройку не для перепродажи. Это то, что будет долго приносить доход и продолжать капитализироваться.