

Она при этом отмечает, что сегодня происходит всплеск нестандартных, креативных решений. Ольга Газеева добавляет: «Стоимость разработки нейминга для элитного объекта была и остается достаточно высокой. Она начинается от 300 тыс. рублей и может превышать планку в 2 млн и более. Это зависит от выбора агентства, которое займется данной работой, его статуса, а также статуса и платежеспособности заказчика. Известны случаи, когда при условии участия абсолютных „звезд“ и с той, и с другой стороны, названия в результате получались не самыми запоминающимися и красивыми. В то же время много случаев, когда название, выбранное посредством мозгового штурма сотрудников офиса или придуманное собственником, который знает и любит объект больше, чем кто бы то ни было, прекрасно ложилось на слух и воспринималось на ура».

«Придумать имя объекту недвижимости самостоятельно — наименее затратный, но спорный путь. В таких ситуациях к разработке названия проекта компании привлекают внутренние ресурсы: маркетологов, пиарщиков, рекламщиков, копирайтеров. Большие вложения средств, как известно, не всегда гарантируют тот эффект, на который рассчитывают девелоперы, работая с брендинговым рекламным агентством. Однако при разработке нейминга элитной недвижимости стоит обращаться к профессионалам. Во-первых, если это реализация объекта бизнес- или элит-класса, так как чем выше класс, тем больше требований со стороны потенциальных покупателей к качеству визуализации, названия, публичного продвижения и креативу. Во-вторых, реализация проекта рассчитана на несколько лет. Учитывая объемы инвестиций в строительство жилого комплекса бизнес- или элит-класса, экономия на профессиональном нейминге будет не столь принципиальна», — уверена госпожа Денисова.

Впрочем, такую точку зрения разделяют не все девелоперы. Успешные застройщики, работающие на рынке элитного жилья, обходятся собственными силами. «Как правило, мы внутри придумываем названия, для нас это отдельный, увлекательный и интересный бизнес-процесс, которым мы с удовольствием занимаемся. На аутсорсинг можем отдать создание логотипа или разработку идеи рекламной кампании, но делаем это тоже нечасто», — рассказал господин Гушин.

Марина Агеева, директор по продажам жилой недвижимости УК «Теорема», резюмирует: «Нейминг — это вопрос идеи. Она может прийти, а может нет. За хорошую идею можно отблагодарить коробкой конфет, а можно заплатить 500 тыс. рублей и больше, но гарантии, что это название станет удачным и добавит преимуществ проекту, не будет. Профессиональное дорогое агентство сможет грамотно обосновать придуманный его сотрудниками вариант, проведет исследование, сделает психологический и фонетический анализ, проверит наличие таких названий в городе, стране и мире, но это все антураж, а не суть. Суть рождается мгновенно. Может, то самое название случайно прозвучит в разговоре или придет в голову в любой другой момент, это именно идея, вопрос счастливого случая. И цена ее определяется тем, кому и когда в голову она пришла — секретарю за чашечкой кофе или менеджеру брендового агентства на совещании». ■

# ДЕВЕЛОПЕРОВ ПОТЯНУЛО К ВОДЕ

## В БЛИЖАЙШИЕ ПЯТЬ ЛЕТ В ПЕТЕРБУРГЕ ПОЯВИТСЯ ТРИДЦАТЬ ПРОЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ У ВОДЫ. ТЕРРИТОРИИ, ОБЛАДАЮЩИЕ ТАКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ, РАСПОЛОЖЕНЫ НА ПЕТРОВСКОМ ОСТРОВЕ, ЛЕОНТЬЕВСКОМ МЫСЕ, ВДОЛЬ РЕК БОЛЬШАЯ, СРЕДНЯЯ И МАЛАЯ НЕВКА, КОРАБЕЛЬНОГО И ПЕТРОВСКОГО КАНАЛОВ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Одновременно с реализацией проектов жилья в городе могут появиться и новые набережные. Драйвером их создания станут сами застройщики, к такому выводу пришли участники круглого стола «Жилая недвижимость Петербурга: вид с воды».

Как отметила Екатерина Немченко, директор департамента жилой недвижимости Knight Frank St. Petersburg, основное освоение земельных участков у воды, в том числе редевелопмент, будет происходить в Петроградском, Василеостровском, Приморском и Центральном районах.

«Анализ проектов, заявленных к реализации в период до 2020 года, находящихся в текущий момент в различных стадиях проработки, включая новые очереди существующих проектов, показал, что в ближайшие пять лет в Петербурге в непосредственной близости от рек и каналов появится около 1,2 млн кв. м жилья у воды. Из них девять проектов заявлены как элитное жилье, 19 проектов бизнес-класса и два проекта экономкласса», — добавила Екатерина Немченко.

По ее словам, в Петербурге есть потенциал для создания и самих набережных. Их явный недостаток в городе компенсируют отдельные застройщики в своих проектах.

По мнению Евгении Колесовой, руководителя департамента экономического анализа и исследований института территориального планирования «Урбаника», это будут принципиально новые для Петербурга набережные. В отличие от привычных мощенных гранитом и не предусматривающих спуска к воде улиц, девелоперы, следуя запросу общества и покупателей, будут все чаще обустривать на набережных общественные пространства. «По этому пути уже давно идут европейские города, в которых, как и в Петербурге, активно идет процесс редевелопмента расположенных на берегах промышленных предприятий. Впрочем, в отличие от европейских и некоторых российских городов, пока шаги по обустройству на набережных общественных пространств делают только девелоперы, а городские власти инициативы не проявляют», — говорит госпожа Колесова.

Одной из первых новых городских набережных должно стать пространство на Петроградской стороне в составе элитного жилого комплекса «Леонтьевский мыс», рассказал генеральный директор одноименной девелоперской компании Игорь Оноков. Протяженность новой набережной составит более 600 метров, и она будет доступна для всех горожан. «Это поможет создать точку притяжения по аналогии со стрелкой Васильевского острова. Во всяком случае, именно на это мы рассчитываем», — говорит он. — Сейчас мы оформляем все юридические нюансы благоустройства набережной, после чего приступим к ее оформле-

нию по дизайн-проекту студии Филиппа Старка YOQ Inspired by Starck, который, помимо дизайна интерьеров квартир, оформил для проекта и общественные пространства».

Константин Ковалев, первый заместитель генерального директора ГК «Пионер», направление «Санкт-Петербург», уточнил, что при создании общественных пространств у воды необходимо продумывать для них максимально возможный функционал.

«Разрабатывая концепцию набережной протяженностью более полутора километров в рамках проекта „Life-Приморский“, мы подумали о ее насыщении объектами инфраструктуры, чтобы избежать стихийного развития территории. Приморский

променад призван вернуть людям открытую и комфортную прибрежную среду, способную поддержать стремление горожан к различным формам активности. Таким образом, мы планируем создать функциональное и востребованное прибрежное пространство нового типа», — рассказал Константин Ковалев.

На сегодня Петербург занимает одно из первых мест в мире по количеству и объему водоемов и водных артерий на своей территории. По последним данным, в его черте находятся 93 реки (включая рукава, протоки и каналы) общей длиной около 300 км и около 100 водоемов (озер, искусственных и естественных прудов). Общая протяженность всех набережных на сегодня составляет 300 километров. ■



ВИД ИЗ ОКОН НА ВОДУ — БОЛЬШОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ГОРОДСКОГО ЖИЛЬЯ