

ЗАМАНЧИВАЯ ОДНОРОДНОСТЬ КРАСИВЫЕ ФАСАДЫ

ЗА ВЫСОКИМ ЗАБОРОМ БОЛЬШЕ НЕ ПРИВЛЕКАЮТ ПОКУПАТЕЛЕЙ ЭЛИТНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ. ЭКСПЕРТЫ РЫНКА ОТМЕЧАЮТ, ЧТО ВЗЫСКАТЕЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ ВСЕ БОЛЬШЕ ИНТЕРЕСУЮТ БЛАГОУСТРОЙСТВО ТЕРРИТОРИИ, ОДНОРОДНОСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ СРЕДЫ И НАЛИЧИЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ. АНДРЕЙ СЕМЕРИКОВ

Рынок элитной недвижимости Петербурга был и остается высококонкурентным. Девелоперам приходится выходить за границы стандартных предложений и создавать оригинальные концепции, в том числе в вопросах благоустройства территории, говорит Андрей Петров, руководитель центра элитных проектов «Петербургской недвижимости». По его словам, это один из тех параметров, который сегодня рассматривается покупателями в первую очередь.

Интересные статистические данные приводит Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg: в Лондоне более 88% покупателей элитных объектов оценивают внутреннюю инфраструктуру объекта и считают ее существенно важным фактором при принятии решения о покупке, в Санкт-Петербурге этот параметр является важным для 46% покупателей.

Оксана Кравцова, генеральный директор ГК «Еврострой», отмечает, что общественные пространства стали активно развиваться около пятнадцати лет назад, когда девелоперы и покупатели осознали, что понятие «дом» не ограничивается лишь квартирой, а включает в себя дворы, холлы и окружение — все то, с чем жители комплекса соприкасаются каждый день.

Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers International, согласна с коллегами и считает, что жизнь активно выходит за пределы квартиры и люди приобретают квадратные метры не только самой квартиры, но и общественных зон, дворовых пространств, прилегающей территории.

Будущий собственник элитного жилья никогда не покупает просто квартиру, счи-

тает Яков Волков, генеральный директор группы компаний Active. По его словам, покупателя интересует концепция комплекса в целом. «Первое и обязательное требование — наличие закрытой благоустроенной территории с детскими площадками, парковкой, зонами отдыха и ландшафтным дизайном. Далее покупателей можно поделить на две категории: те, кому необходимо в комплексах наличие ресторанов, банков, клиник, детских садов, премиальных магазинов шаговой доступности и тех, кто готов заплатить любые деньги, но жить в спокойном, тихом доме, территория которого закрыта от посторонних и охраняется», — рассказывает господин Волков.

ЭЛИТНЫЕ «ФИШКИ» Жилые комплексы элитного сегмента ориентированы на уединенность, безопасность и однородную социальную среду. Эти характеристики влияют и на наполнение общественных зон. По мнению Александры Каменевой, консультанта отдела стрит-ритейла компании JLL в Санкт-Петербурге, холл элитного жилого комплекса является, по сути, бизнес-центром класса А либо лобби пятизвездочного отеля, который предполагает наличие рецепции, переговорных комнат, лаундж-зоны, ресторана, бара. «Все должно быть благоустроено, чтобы провести деловую встречу, не покидая территорию комплекса. Для нужд жильцов может быть организован винный погреб или хьюмидорная комната», — рассказывает госпожа Каменева. — На территории, помимо благоустроенной детской площадки, должна располагаться как минимум спортивная зона, а также в зависимости от локации — скверы с фонтанами и тер-

расы с зонами отдыха, а если комплекс располагается на воде, то и благоустроенная набережная и причалы для яхт». Кроме того, большое внимание уделяется озеленению с использованием последних тенденций ландшафтного дизайна.

По оценкам Андрея Петрова, в тренде использование натуральных материалов, функциональное зонирование пространства и озеленение. При выборе ландшафтного дизайна двора отдается предпочтение минимализму и естественности.

По мнению Натальи Осетровой, руководителя проекта города-курорта Gatchina Gardens, в высоком ценовом сегменте сформировался запрос на современную инфраструктуру и ее многофункциональность. «Изменились стиль и образ жизни людей, их отношение к здоровью и ежедневные привычки. Формат „красивый фасад за высоким забором“ стремительно теряет ликвидность», — поясняет Наталья Осетрова. — Мультикомплексность проекта исходит из сочетания экономики и привычек клиента: спортивные клубы, парки с инфраструктурой для пробежек и велосипедных прогулок, рестораны, wellness & spa, развлекательные и образовательные объекты, бутики и салоны красоты, клубные форматы отдыха для мужчин и женщин. Все это должно быть в пешей доступности».

Михаил Гуцин, директор по маркетингу группы RBI (входят компании RBI и «Северный город»), отмечает, что в век цифровых технологий растет запрос на живое общение, люди хотят проводить свободное время в общественных и культурно-досуговых местах, а не дома в четырех стенах.

«В наших проектах мы уже не первый год реализуем и развиваем концепцию

двора как общественного пространства. Например, в жилом комплексе Futurist на Барочной улице мы устанавливаем световые арт-объекты и масштабную архитектурную подсветку и реализуем европейский подход к детским площадкам — на основе рекомендаций детских психологов и ландшафтных дизайнеров», — рассказывает господин Гуцин. — У нас появляются площадки немецкой компании Richter Spielgeraete — на таких играют дети по всему миру, а в Петербурге они есть пока только в Новой Голландии. Деревянный настил для отдыха, настольный теннис, доска для рисования мелом — все эти детали, которые мы планируем здесь реализовать, тоже важны при создании комфортного двора для всех возрастов».

Рядом с ЖК Futurist находится памятник конструктивизма — Левашовский хлебозавод. Компания намерена реконструировать это здание, а рядом появится новый городской сквер. «Проект реконструкции памятника и создания здесь общественного пространства требует серьезных вложений и вряд ли сможет окупить себя — в лучшем случае общественное пространство сможет покрывать собственные операционные расходы. Но это нормально для проектов реконструкции объектов наследия: они редко выходят в ноль с точки зрения формальной рентабельности. Однако сам факт присутствия такого уникального объекта в составе жилого комплекса создает дополнительную ценность», — поясняет господин Гуцин.

По мнению Светланы Ленчик, начальника отдела продаж элитной недвижимости «ЛСР. Недвижимость — Северо-Запад», в случае с элитной недвижимостью общественное пространство должно выполнять функцию места для встреч и приятного времяпрепровождения. «Когда мы создавали комплекс „Парадный квартал“, то запланировали на стилобате площадку, изюминкой которой стал фонтан. Полюбоваться площадью с фонтаном могут все жители и гости Санкт-Петербурга», — рассказывает госпожа Ленчик. — Большой популярностью сейчас пользуются набережные, которые город и застройщики начали активно благоустраивать, создавая там общественные пространства с зонами отдыха, дорожками для прогулок. В нашем проекте Neva Haus тоже появится благоустроенная набережная. Жителям комплекса понадобится всего несколько минут, чтобы оказаться на берегу Малой Невки».

Катерина Соболева, вице-президент Bescar Asset Management, отмечает, что владельцам элитных квартир нужно то же самое, что и владельцам другого вида недвижимости, просто в более камерной обстановке. «Например, в ЖК „Привилегия“ есть свой винный и сигарный клуб, можно в него вступить и найти необходимую социализацию. Несмотря на то, что это



В СЛУЧАЕ С ЭЛИТНОЙ НЕДВИЖИМОСТЬЮ ОБЩЕСТВЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО ДОЛЖНО ВЫПОЛНЯТЬ ФУНКЦИЮ МЕСТА ДЛЯ ВСТРЕЧ И ПРИЯТНОГО ВРЕМЯПРЕПРОВОЖДЕНИЯ