

16 → ОСОБЕННЫЙ ОБЛИК Наталья Осетрова, генеральный директор ООО «Гатчинская гольф-деревня», полагает, что создание тематических жилых комплексов чаще проявляется в разработке особенного архитектурного облика (английские деревни, готические замки, сталинский ампи́р). «Надо заметить, что они обращают на себя внимание, интересны для покупателя, а также на порядок дороже стандартных проектов. В Петербурге примерами тематических проектов являются объекты реновации в историческом центре, а также строительство новых домов на немногочисленных городских площадках. Историческое окружение задает тон, поэтому это не всегда маркетинговый ход. То, что было востребовано на протяжении веков и до сих пор привлекает туристов со всего мира, находит современное отражение в „молодых соседях», — говорит госпожа Осетрова.

Анастасия Лепехина, директор по продвижению NAI Bescar/NAI Bescar Promo, отмечает, что чаще всего одной из тем загородных поселков становится спорт. «Но бывают и интересные исключения. Например, в Подмоскowie по частному заказу строится точная копия дома семейства Симпсонов из мультфильма. Правда, представить целый поселок из таких домов сложно», — рассказывает она. Вторым направлением для создания тематики стала привязка к географии. Этот вариант уже применяется при строительстве многоквартирных домов. Например, в Москве получили распространение комплексы в английском стиле

(некоторые девелоперы даже классическую красную телефонную будку ставят на территории) или американском. В Петербурге этот тренд только приживается, и в качестве яркого примера можно привести «Семь столиц» от Setl Group, считает госпожа Лепехина.

«Безусловно, чаще других такие объекты строятся в бизнес-классе и элитном, потому что именно в дорогом сегменте людям важна „изюминка“ объекта — то, что будет отличать его дом от домов друзей, родственников. Поэтому это не просто маркетинговый ход, а дополнительные вложения девелопера в проект: в необычные объекты инфраструктуры, архитектуру комплекса (в этом случае внешний вид вообще играет ключевую роль). Далее по этому объекту уже идет четкая программа продвижения, расписывающая все преимущества и особенности жилого комплекса, атмосферу, которую приобретет покупатель совместно с квадратными метрами. Наличие оригинальной тематики является очень благодатной темой для продвижения объекта и привлечения покупателей», — отмечает госпожа Лепехина.

СОБЛЮСТИ ДВА УСЛОВИЯ Руководитель отдела маркетинга компании Н+Н Майя Афанасьева считает, что тематические жилые комплексы привлекательны для потенциальных жильцов при соблюдении двух условий: «Во-первых, это тематическое преимущество реально и ощутимо, его можно „потрогать“, им можно воспользоваться. А во-вторых, тематичность комплекса не приводит к

существенному удорожанию квадратного метра жилья». По ее мнению, есть несколько проектов, где на базе небольших улучшений построено активное маркетинговое продвижение, и при этом такой подход сохраняет доступность жилья. «Чаще всего застройщики в своем продвижении для стимулирования продаж используют некую экологическую составляющую — например, в названии жилого комплекса, в акцентировании близости парков, водоемов. Конечно, есть девелоперы, которые действительно вкладываются в идею проекта (ЮИТ, „Петрополь“, „Северный город“, Legenda), но так поступают далеко не все компании. По нашему мнению, все-таки на сегодняшний день такие ключевые составляющие жилого комплекса, как место и наличие полного набора инфраструктуры, никакой тематикой не перебить», — резюмирует госпожа Афанасьева.

Ирина Онищенко, директор по продажам группы компаний «Эталон», подтверждает, что для сегмента жилья комфорт-класса концепт никогда не был определяющим мотивом для покупки. «Но очевидно, что жилой комплекс с интересной концепцией однозначно выигрывает у стандартной многоэтажки и привлекает покупателя. У нашей компании к полноценным тематическим комплексам можно отнести „Эталон-Сити“, который строится в Москве. Это жилой комплекс с атмосферой кругосветного путешествия. Каждый дом, а в многоквартирных домах — каждый подъезд, обладает своим „лицом“, символизирующим тот

или иной город. География проекта насчитывает двадцать городов: Нью-Йорк, Чикаго, Барселона, Монако, Париж, Мадрид, Болонья, Дубай, Ницца, Майами, Венеция, Эдинбург, Ливерпуль, Мехико, Амстердам, Рио-де-Жанейро, Берлин, Лиссабон, Женева, Токио. Тематика кругосветного путешествия продолжит свое развитие в отделке общественных зон и ландшафтном дизайне окружающих пространств. В другом нашем проекте в Московском регионе — жилом микрорайоне „Изумрудные холмы“ — мы активно развиваем тему космического пространства. По нашей инициативе в Красnogорске (где строится жилой комплекс) официально получил свое название и открылся бульвар Космонавтов. Так же сейчас строится „Аллея космонавтов“, архитектурный ансамбль, первая очередь которого открылась 18 марта при участии летчика-космонавта Алексея Леонова. В состав первой очереди „Аллеи космонавтов“ входят площадка для проведения культурно-массовых мероприятий, выполненная по ассоциации со стартовой площадкой космодрома „Байконур“, и арка с макетом корабля „Восход-2“, на котором покорял космическое пространство Алексей Леонов. Кроме того, там будут построены арки с кораблями „Восток-1“ и „Союз ТМ“ и первым искусственным спутником земли, а также световые панно-витражи, на которых будут отражаться основные вехи космической эры. Макеты космических кораблей и спутника выполнены в натуральную величину», — рассказала госпожа Онищенко. ■

ПЕРВЫЙ РОБОТ-ПЫЛЕСОС MIELE

КОМПАНИЯ MIELE, ОДИН ИЗ ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ КЛАССА ПРЕМИУМ, РАЗРАБОТАЛА СВОЙ ПЕРВЫЙ РОБОТ-ПЫЛЕСОС SCOUT RX1 С ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СИСТЕМОЙ НАВИГАЦИИ SMART NAVIGATION SCOUT RX1.

Робот-пылесос Scout RX1 разработан в сотрудничестве с ведущими специалистами по робототехнике и главное его преимущество — встроенная система навигации Smart Navigation. В отличие от большинства аналогов, которые хаотично перемещаются по всему пространству комнаты, Scout RX1 имеет четко определенную траекторию, осуществляя движение по прямым параллельным линиям. В основе системы навигации — специальный гиросенсор (датчик положения), который измеряет угол поворота прибора и при необходимости меняет направление движения. Кроме того, пылесос оснащен цифровой камерой — она несколько раз в минуту сканирует потолок, повышая тем самым точность движения прибора. Благодаря этому сочетанию робот-пылесос справляется с уборкой помещений самой разной планировки. Семь инфракрасных датчиков на передней панели прибора сканируют пространство в диапазоне 180°, чтобы пылесос не сталкивался с мебелью и другими предметами, а три датчика на нижней поверхности защищают прибор от падения с лестниц.

Если говорить о самом процессе уборки, то пылесос оснащен трехсту-



пенчатой системой очистки: две длинные боковые щетки достигают мест, расположенных вдоль стен и рядом с мебелью, съемная вращающаяся щетка

очищает более серьезные загрязнения, а мотор обеспечивает сбор мелкодисперсной пыли в специальный контейнер. Установленный в приборе фильтр

Air Clean обеспечивает фильтрацию воздуха и нейтрализует неприятные запахи.

Средний цикл работы литий-ионного аккумулятора рассчитан на уборку помещения площадью 150 кв. м и 120 минут непрерывной работы. При низком заряде аккумулятора прибор останавливается и возвращается на станцию для подзарядки, а через два часа вновь продолжает работу с того же места.

Интересно и то, что робот-пылесос Scout RX1 распознает все напольные покрытия и способен преодолевать участки с разницей высоты до двух сантиметров (например, пороги и края ковров). Высота самого прибора — всего 89 см, поэтому он легко очищает поверхности под шкафами и диванами. Если же необходима уборка конкретного помещения в доме или отдельной части комнаты, нужную область можно ограничить с помощью специальной магнитной ленты — тогда пылесос будет работать только в обозначенном пространстве. Запуск прибора осуществляется с помощью сенсорных элементов на верхней панели или пульта дистанционного управления, причем старт уборки можно запрограммировать на определенное время. ■