

ПОЙМАТЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТОК / 16
СКОРОСТНОЙ ДИАМЕТР
РАЗГОНЯЕТ ЦЕНЫ / 18
ПЕТЕРБУРГ НА ПИКЕ
ПОПУЛЯРНОСТИ / 20

Территория комфорта

Вторник, 20 декабря 2016 №236
(№5986 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №13–28
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Зарегистрировано в Роскомнадзоре
ПИ № ФС 77-64424 31 декабря 2016 года

Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге

Guide

AZIA

РЕСТОРАН И ВИНОТЕКА

31 ДЕКАБРЯ



НОВЫЙ ГОД В РЕСТОРАНЕ AZIA

Встречайте Новый год, символом которого по восточному календарю будет Красный Петух, в ресторане AZIA. Шумный эффектный праздник с шоу-балетом и экзотическими угощениями раскрасит художественная игра света.

Belmond Grand Hotel Europe
ул. Михайловская, д. 1/7, Санкт-Петербург, Россия

Бронирование билетов:
nye.ghe@belmond.com, Т: +7 921 908 9000

BELMOND.COM



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА,
РЕДАКТОР GUIDE «ТЕРРИТОРИЯ КОМФОРТА»

ВРЕМЯ — ВПЕРЕДИ!

Считается, что конец года — это время подведения итогов. В бизнесе и бухгалтерии, наверное, так. А вот в жизни... По-моему, нет ничего более удручающего, чем подводить итоги. И мне кажется, никто этого не делает. Куда лучше строить планы и думать, например, о том, чего очень хочется и что, может быть, когда-нибудь случится. Правда, некоторые физики (явно не лирики) утверждают: времени вообще не существует. Дескать, нет в природе такого процесса, который отражал бы смысл понятия «время», — его придумали люди для удобства организации собственной жизни. И время — величина не объективная. Что-то в этом есть, если вспомнить, например, какой по счету год уже отпраздновали иудеи и мусульмане. Все зависит от точки отсчета, от того, что по-латински называется *ab ovo*.

Как бы то ни было, Новый год на пороге. Наш, в понятной системе координат, когда ощущаешь, что время существует и бежит неумолимо. Новогоднее настроение начинается за пару недель, если не раньше, до того, как часы пробьют полночь 31 декабря. Над Невским с начала декабря расцветают огнями узорчатые кокошники — этой удачной иллюминации с каплющими сосульками уже не один год, и, кажется, она стала традиционной. В офисах появляются елки, пишутся отчеты и тратятся последние денюжки, отведенные на год уходящий. Сотрудникам уже известно, где пройдет корпоратив. Нельзя сказать, что компании шикуют, как это бывало раньше, но от праздника все-таки не отказываются. От праздника, тем более такого, как Новый год, вообще трудно отказаться. Он какой-то вечный. Наверное, потому что не привязан к красным дням календаря — памятным датам и государственным торжествам, созданным искусственным путем. Новый год, как природа и погода, не зависит от политической ситуации. Он всегда с нами. Во всем своем величии, с самого детства — с дедами морозами и снегурочками, бенгальскими огнями, запахами елки, подарками и боем курантов в телевизоре. Правда, мандарины теперь не пахнут и шампанское дорожает. Но мы все равно поднимем бокалы и чокнемся, по хорошей русской традиции. С Новым годом, дорогие товарищи!

ДЕВЕЛОПЕРЫ ПОЛУЧАЮТ «ЗАЧЕТ»

ПРИБРЕТЕНИЕ НОВОГО ЖИЛЬЯ НЕРЕДКО ЗАВИСИТ ОТ ТОГО, НАСКОЛЬКО БЫСТРО ПОКУПАТЕЛЮ УДАСТЯ ПРОДАТЬ УЖЕ ИМЕЮЩУЮСЯ КВАРТИРУ. ТАК КАК ТАКИХ ВСТРЕЧНЫХ СДЕЛОК В ЦЕПОЧКЕ МОЖЕТ БЫТЬ НЕСКОЛЬКО, ПРОЦЕСС ПРОДАЖИ И ПОКУПКИ ИНОГДА РАСТЯГИВАЕТСЯ НА МЕСЯЦЫ.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Для ускорения процесса все больше девелоперов, занимающихся продажей строящегося жилья, стали декларировать сделки «квартира в зачет». То есть потенциальный покупатель может продать свою старую квартиру девелоперу, доплатив за новое жилье разницу. Похожая схема практикуется на рынке продаж автомобилей — так называемый *trade-in*, когда при приобретении новой машины в зачет идет стоимость старого авто покупателя. Впрочем, на рынке недвижимости подобная схема выглядит несколько иначе, чем на рынке продаж машин.

ГАРАНТИИ НЕТ Вартан Погосян, директор по маркетингу Glorax Development, отмечает, что на рынке недвижимости сделки в классическом формате *trade-in*, когда застройщик без дополнительных условий принимает на себя обязательства по реализации квартиры в зачет нового жилья, встречаются довольно редко. Чаще всего используется схема, когда строительная компания берет квартиру на реализацию. В этом случае с покупателем подписывается предварительный договор на непродолжительный срок (около четырех-шести месяцев), в течение которого продается его собственность. На этот же период обычно предоставляется рассрочка платежей за новую квартиру.

«В таком варианте, к сожалению, нет гарантии, что собственность покупателя будет продана в течение срока действия договора. В этом случае, как правило, предлагается снизить продажную цену на недвижимость, чтобы ее было проще реализовать. В случае несогласия и отсутствия возможности выплачивать рассрочку договор расторгают», — рассказал господин Погосян.

Для застройщиков продажа вторичного жилья — непрофильный бизнес. Поэтому сделки с участием «вторичной» недвижимости в большинстве случаев проводят риелторы или застройщики, имеющие партнерские отношения с агентствами недвижимости. Значительного распространения продажа квартир по условной схеме *trade-in* не получает, хотя в целом до 30% квартир в новостройках приобретаются за счет продажи имеющихся в собственности квартир.

Причин тому несколько. Самая большая сложность — справедливая оценка рыночной стоимости продаваемой недвижимости. Владелец стремится выручить, как можно больше от продажи квартиры и всегда склонен переоценивать свою собственность. Но зачастую ценообразование владельца — это результат поверхностной оценки стоимости квартир, выставленных на продажу, в интернете.

Елена Валуева, директор по маркетингу Mirland Development, отмечает, что для клиента оплата новой квартиры выглядит как

рассрочка — платеж может быть отложен на время продажи квартиры (на определенный срок) или до конца строительства. «В нашей компании такой услуги нет, но мы идем навстречу покупателям в такой ситуации и предлагаем более гибкие условия в виде увеличенного срока действия бронирования квартиры и минимального первоначального взноса (10% от стоимости ДДУ), — говорит госпожа Валуева. — Надо отметить, что подобная программа лояльности пользуется популярностью среди клиентов, поскольку она дает возможность зафиксировать стоимость квартиры, пока идет продажа имеющегося жилья. Такая схема удобна не только покупателю, но и застройщику. У нас есть программа по оплате части платежа в размере 50% от стоимости квартиры перед заселением, на этот платеж проценты не начисляются (по факту это беспроцентная рассрочка)».

Виталий Коробов, директор по развитию ГК «Аквилон Инвест», полагает, что *trade-in* — это один из способов оптимизировать процесс финансирования и покупки жилья. «В кризисное время он вполне приемлем для обеих сторон сделки», — считает эксперт.

С ним не согласна Екатерина Запороженко, генеральный директор ГК Docklands Development: «Минусов и для застройщика, и для покупателя слишком много. Для застройщика это то, что забронированная квартира может не уйти клиенту, а в это время можно потерять другого потенциального покупателя. Для клиента минус в том, что он оперативно должен внести первоначальный взнос без стопроцентного понимания, сможет ли он оплатить покупку в итоге. Кроме того рынок вторичного жилья сейчас очень нестабилен».

Ольга Морозова, руководитель отдела долевого строительства корпорации «Авекс. Недвижимость», уверена: «В современных экономических условиях застройщики, которые заинтересованы в продаже своих квартир, будут все шире использовать эту схему, поскольку покупательная способность населения падает. Идя навстречу и предоставляя разные формы оплаты, включая *trade-in*, застройщик соглашается на более длинные деньги, но получает клиента на свой объект недвижимости».

НЕСКОЛЬКО НИЖЕ Вартан Погосян говорит, что реальная рыночная стоимость жилья несколько ниже, чем та, что заявлена в объявлениях. А потеря в стоимости от продажи недвижимости через застройщика составляет примерно 3–5% от суммы сделки купли-продажи, что сопоставимо со стандартным вознаграждением при обычной продаже недвижимости через агента.

Тимур Нигматуллин, финансовый аналитик группы компаний «Финам», полагает,

что для покупателей гораздо более удобен механизм рассрочки, за время которой он должен успеть реализовать свою нынешнюю недвижимость. «Впрочем, в сегменте элитной недвижимости подобная услуга популярна из-за низкой ликвидности «вторички» и покупатели идут на *trade-in*, даже невзирая на потерю в стоимости в 5–15% на фоне кризисных явлений в экономике», — отмечает аналитик.

Михаил Гуцин, директор по маркетингу холдинга RBI, сообщил, что в зачет могут идти самые разнообразные варианты — от студий небольшой площади до частных домов. На реализацию «квартиры в зачет», по его словам, как правило, уходит от 90 до 150 дней. Квартира продается по рыночной цене, которая заранее обговаривается с владельцем и фиксируется на время продажи. Клиент выбирает и бронирует новую квартиру. После заключения договора и внесения первоначального взноса (15–20% от стоимости квартиры) клиенту предоставляется беспроцентная рассрочка на те три-пять месяцев, в течение которых осуществляется продажа его прежней недвижимости. «Мы гарантируем полный возврат внесенных денежных средств, в случае если клиент передумал продавать свое жилье или оно не нашло покупателя в установленный срок», — рассказал господин Гуцин.

Генеральный директор Veren Group Андрей Обойдихин отмечает также, что плюс такой схемы в том, что можно избежать лишнего оформления документов, а взаимодействие происходит в режиме «одного окна», так как сопровождением занимается один менеджер. «Как правило, ее предлагают или очень крупные застройщики с масштабными проектами и сотрудничающие с ведущими агентствами недвижимости, или застройщики, проекты которых имеют очень низкую ликвидность и вследствие этого они вынуждены использовать все возможные механизмы привлечения клиентов», — считает специалист.

Впрочем, Арсений Васильев, генеральный директор ГК «Унисто Петросталь», подсчитал, что сейчас «квартирами в зачет» занимается 30–35% строительных компаний, имеющих хорошие отношения с агентствами недвижимости. «Но при покупке квартиры по схеме *trade-in* необходимо иметь в виду несколько важных моментов. Во-первых, нужно решить, где вы будете жить, пока будет строиться новая квартира. Во-вторых, старая квартира будет продана по цене ниже рыночной в связи со сжатыми сроками. И наконец, ваш выбор квартир будет ограничен только теми компаниями, которые практикуют такую схему продажи жилья. В целом эта система довольно интересная для покупателя, дающая в конечном итоге возможность обрести новый желаемый дом», — резюмирует эксперт. ■

ПОЙМАТЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТОК

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ СТРОЯЩЕГОСЯ ЖИЛЬЯ РАСТЕТ, И БОЛЬШИНСТВО ДЕВЕЛОПЕРОВ СТАРАЮТСЯ ИСКАТЬ НОВЫЕ КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ЖИЛЬЯ, ОБЫЧНОЙ РЕКЛАМОЙ ОНИ УЖЕ НЕ ОГРАНИЧИВАЮТСЯ. РОМАН МАСЛЕННИКОВ

Некоторые застройщики размещают макеты своих жилых комплексов в крупных торговых центрах, некоторые — в аэропортах, офисных центрах; известны случаи, когда застройщики размещали макеты будущих проектов даже у вестибюлей станций метрополитена. В общем — поближе к большим человеческим потокам. Так, в начале ноября группа ЛСР открыла точки продаж в Петербурге — в ТЦ «Галерея» и ТРК «Мега Парнас».

ПОБЛИЖЕ К ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Как считает Елизавета Яковлева, руководитель отдела маркетинга и аналитики «Лаборатории метров», нередко выбор места зависит от целевой аудитории покупателей.

Антон Банин, ведущий аналитик ГК «Доверие», говорит, что пока застройщики редко выбирают торговые центры в качестве основных точек продаж недвижимости. Во-первых, комментирует эксперт, арендная ставка в них зачастую выше, чем в коммерческих помещениях формата street-retail, а генерируемый поток посетителей примерно сопоставим или даже меньше. Кроме того, застройщики, имеющие в активах небольшой пул объектов, стараются объединить все подразделения в одном месте. «Для этих целей оптимальным вариантом является либо бизнес-центр, либо помещения в жилых или административных зданиях. Дополнительные офисы продаж девелоперы стараются открывать либо непосредственно на стройках, либо максимально близко к ним», — говорит господин Банин. Однако некоторые игроки, имеющие дело с большими объемами продаж, иногда открывают свои стенды в торговых комплексах. Среди них — «Петербургская недвижимость» (Setl City) — точки в ТЦ «Галерея», ТРК «Радуга».

«Такие точки служат скорее для удобства обслуживания клиентов, чем для расширения продаж. Сложно представить, чтобы посетитель ТРК, зашедший, скажем, в кинотеатр, заодно приобрел и квартиру — это все-таки более обдуманная, долгосрочная и взвешенная покупка. Но обсудить детали предложения с представителем застройщика — вполне реально», — рассуждает господин Банин.

С ним солидарна начальник отдела маркетинга ЗАО «БФА-Девелопмент» Яна Булмистре: «В Петербурге точки продаж недвижимости в торговых комплексах среди застройщиков пока еще не пользуются большой популярностью, что связано со спецификой предлагаемого продукта».

Алексей Калачев, эксперт-аналитик ГК «Финам», говорит: «Не думаю, что такие точки станут эффективным каналом именно продаж недвижимости, такими как офисы продаж, расположенные в непосредственной близости у строящихся объектов. Скорее это такой рекламно-маркетинговый ход. ЛСР рассчитывает



ВЫБОР МЕСТА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОЕКТА ЗАВИСИТ ОТ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ПОКУПАТЕЛЕЙ

оказывать консультации посетителям торгового комплекса или кинотеатра и даже предоставлять возможность забронировать квартиру. Однако покупка недвижимости — дело серьезное, вряд ли ее можно отнести к категории спонтанных покупок. Поэтому не думаю, что в таких местах будут заключаться реальные сделки, эти точки останутся только каналом для информирования об объектах и акциях застройщика».

ПОДДЕРЖАНИЕ ИМИДЖА Илья Андреев, вице-президент Bescar Asset Management Group, также полагает, что эффективность подобных объектов с точки зрения прямых продаж невелика: многие подходят, спрашивают, но ничего при этом не покупают. «Это связано с тем, что недвижимость пока не включается в концепцию товарного соседства в ритейле, как, например, спортивные товары и техника, которые всегда расположены рядом друг с другом в крупных торговых центрах. Однако в данном случае точки продаж нацелены не на прямые продажи, а на поддержание имиджа и узнаваемость бренда, и со своей задачей справляются хорошо», — полагает эксперт.

Виталий Коробов, директор по развитию «Аквилон Инвест», говорит: «Использовать торговые центры для размещения офисов продаж пока не планируем, нас устраивает, когда есть основной офис и допосы на площадках. Именно здесь они обеспечивают полный спектр качественных услуг по продаже квартиры. Что же касается торговых комплексов, то, я полагаю, затраты не будут окупаться».

Однако некоторые девелоперы к подобной идее в целом относятся благосклонно. Денис Лола, директор по маркетингу ГК «Пионер», направление «Санкт-Петербург», рассказал: «Мы в ГК „Пионер“ уделяем особое внимание организации процесса продажи недвижимости, перенимая международный опыт в этом направлении. За рубежом практически все девелоперы создают шоу-румы для своих проектов. Эту практику мы применяем для своих проектов как в Санкт-Петербурге, так и в Москве. Наиболее оригинальное место, где открыт один из наших шоу-румов, — дилерский центр Volvo Swed-Mobil. Он располагается рядом с жилым кварталом „Life-Приморский“». На территории автосалона организован двухуровневый шоу-рум. На первом уровне располагается кинозал, в котором посетители имеют возможность посмотреть презентационный фильм о квартале. В видеоролике в деталях раскрываются все преимущества проекта. Там же находится клиентская зона отдела продаж. На втором уровне размещены прототипы квартир, с отделкой, мебелью, техникой и аксессуарами.

Елена Валуева, директор по маркетингу Mirland Development Corporation, рассказала: «Мы не открывали точки продаж в торговых комплексах, но если речь идет о большом проекте массового спроса, рассчитанном не на два-три года, а на более длительный срок, и торговый комплекс имеет достаточно большой охват и трафик, то такая практика может быть эффективна».

Ольга Морозова, руководитель департамента нового строительства «Адвекс», отмечает: «Для строительных компаний, да и для риелторов открытие точек продаж в торговом центре — это шаг навстречу покупателям. Чем больше точек, где мы можем рассказать и показать объекты, тем лучше. У „Адвекса“ есть офис продаж в „Академ Парке“, и он очень хорошо себя показывает».

СЧЕТ НА СОТНИ ТЫСЯЧ Стоимость аренды квадратного метра в торговых центрах под такие стенды зависит от многих факторов, включая размер объекта (который варьируется, как правило, от 5 до 10 кв. м), месторасположение, характер услуг. В комплексах с высокой проходимостью цена аренды островка может достигать нескольких сотен тысяч рублей в месяц.

Не так давно некоторые агентства недвижимости применяли схожую практику, только они делали мобильные точки консультаций по операциям с недвижимостью, используя для этого специально оборудованные микроавтобусы, которые располагались неподалеку от станций метро.

Алексей Калачев рассказывает, что в люксовом торговом центре Москвы «Времена года» регулярно проводятся такие мероприятия, как шоу-рум элитной недвижимости. Экспозиция элитных жилых объектов российских и зарубежных проводится уже шесть лет. К примеру, в 2014 году в рамках шоу-рума было заключено сделок на сумму свыше €20 млн. «Однако вряд ли этот формат можно отнести к регулярным точкам продаж. Скорее это периодически проводимая выставка», — отмечает господин Калачев.

Ирина Доброхотова, председатель совета директоров компании «Бест-Новострой», отмечает, что в Москве довольно часто такие точки продаж находятся в «дружественных» торговых комплексах — например, у них один и тот же инвестор или девелопер. «В ТРЦ „АФИ Молл“ находится офис продаж ЖК „Одинбург“ и „АФИ Резиденс“ („АФИ Девелопмент“), в торговом центре „Цветной“ располагалась зона для работы менеджеров по проекту „Микрогород в лесу“ (также один девелопер — Rose Group)», — рассказала она.

«Наличие такой площадки в крупных универмагах — еще одна возможность поконтрактировать с целевой аудиторией. Названные ТЦ располагаются в дорогих локациях в центре Москвы, там представлено достаточно много высокобюджетных брендов, соответственно, они привлекают средний класс и людей с доходами выше среднего», — рассуждает госпожа Доброхотова. По ее мнению, этот способ реализации новостроек можно рассматривать и как имиджевый — реклама объекта в местах с большим потоком людей и реальная возможность сразу оставить заявку на покупку объекта. ■



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

НЕВАЖНЫХ ОБЪЕКТОВ НЕ БЫВАЕТ

РОССИЙСКИЕ ДЕВЕЛОПЕРЫ ПРИВЫКЛИ РАБОТАТЬ В НЕПРОСТЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ СИТУАЦИЯХ. В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В 2016 ГОДУ ПРОИЗОШЛО МНОГО ИЗМЕНЕНИЙ, ОДНАКО ДЛЯ ОПЫТНЫХ ЗАСТРОЙЩИКОВ ОНИ НЕ СТАЛИ СЮРПРИЗОМ, УВЕРЕН ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ ГК «РОССТРОЙИНВЕСТ» ИГОРЬ КРЕСЛАВСКИЙ. ВЕРНИКА ЗУБАНОВА

GUIDE: Насколько комфортным был 2016 год для рынка строительства жилья?

ИГОРЬ КРЕСЛАВСКИЙ: Ситуацию в строительной отрасли простой не назовешь — и это связано с тем, что она непростая в целом в экономике. У каждой строительной компании есть какие-то свои вопросы, свои проблемы.

G: С чем были связаны основные трудности?

И. К.: Платежеспособный спрос стал меньше в целом по стране — во всех отраслях, не только в строительстве. Это общая проблема, которая влияет на все показатели.

G: А как повлияли на рынок изменения региональных нормативов градостроительного проектирования и Правил землепользования и застройки?

И. К.: На мой взгляд, существенно не повлияли. Ситуация была прогнозируема. Все опытные игроки рынка знали, что это произойдет, и были к этому готовы.

G: Усложнилась ли в Петербурге работа застройщиков в связи с ужесточением нормативов по высотности застройки, зонам объектов культурного наследия?

И. К.: Я не заметил. И раньше было непросто работать. Поэтому не могу сказать, что стало еще сложнее, примерно так же.

G: Получается, что единственная проблема уходящего года...

И. К.: Это общая экономическая ситуация. Платежеспособный спрос, в принципе, есть. Просто общая экономическая ситуация повлияла на многие отрасли, в том числе и на строительную. Все покупатели стараются экономить.

G: Означает ли это, что снижаются критерии потенциальных покупателей в отношении качества?

И. К.: Скорее происходит снижение по амбициям. Тот, кто раньше хотел купить машину получше, наверное, все равно купит машину — но попроще. Спрос стал другим.

G: То есть если кто-то раньше собирался покупать квартиру комфорт-класса, то теперь обратит внимание на эконом-класс?

И. К.: Вполне возможно, что он задумается о приобретении квартиры классом ниже. Или, например, купит квартиру меньшей площади. Или в более удаленном районе. В любом случае, в чем-то ему придется умирить свои амбиции.

G: И каковы же перспективы развития рынка жилья? Будет ли меняться соотношение спроса и предложения, цены и качества?

И. К.: Возьмем, к примеру, ситуацию на Украине. Над ними все смеются, когда они говорят, что у них рост экономики. Но у них действительно рост. Другое дело, что они упали на самое дно — и с этого дна им, кроме как вверх, двигаться некуда. У нас ситуация намного лучше, я думаю, что будет плавное увеличение спроса на жилье. Рынок сегодня стабилизировался, у нас много шансов начать расти. Цены на жилье также начнут постепенно повышаться, а что касается качества строительства, наша компания его снижать не собирается.

G: Что вы считаете главным достижением группы компаний «Росстройинвест» в этом году?

И. К.: Мы много работали. Побили свой собственный рекорд по вводу жилья. Ввели в эксплуатацию около 90 тыс. кв. м. Я не говорю, что 2016 год был легким, но он был нормальным, плотным, рабочим. Самое главное, что все планы, которые были намечены, полностью выполнены — на

100%. Это важно. А если планы выполнены, то мы считаем, что год был хорошим.

G: Каким образом компании удалось в непростой экономической ситуации выполнить все обязательства?

И. К.: В первую очередь за счет слаженной работы коллектива. Кроме того, на это повлияла объективная ситуация. Цены не росли, но продажи-то шли по плану. Это позволяло совершенно нормально работать.

G: В условиях кризиса приходится экономить?

И. К.: Экономить надо всегда — это нормально. Вопрос только в деталях — на чем можно экономить, а на чем нельзя. Мы ни в коем случае не будем экономить на качестве жилья или на количестве дополнительных опций. Сохранять объекты такими, какими они задуманы, будем за счет снижения собственной прибыли. Другое дело, что и без всяких кризисов мы постоянно работаем с себестоимостью строительства, с ценообразованием, сокращаем издержки и ищем новые возможности для роста.

G: В этом году ГК «Росстройинвест», несмотря на сложную экономическую ситуацию, продолжала запускать и сдавать объекты, а что в перспективе? Будете ли снижать амбиции или продолжите инвестировать в новые проекты?

И. К.: Будем продолжать работать, как и планировали. Будем покупать новые участки, просто станем более тщательно и избирательно подходить к локациям. Будем своевременно вводить в эксплуатацию те объекты, которые уже строятся. И, конечно, разрабатывать новые проекты. К концу года опубликуем информацию о новом проекте комфорт-класса на проспекте Маршала Блюхера, названном в честь великого русского полководца «Александр Суворов». Это интересный проект в классическом стиле — две башни с понижением в центре, в нем будет 35 тыс. кв. м площадей. В начале следующего года планируем вывести этот объект в продажу. Также в следующем году выведем проект бизнес-класса «Два ангела» на Республиканской улице общей площадью более 27 тыс. кв. м. Он будет состоять из двух пятнадцатизэтажных корпусов, которые по очертаниям напоминают силуэты двух ангелов со сложенными крыльями. Учитывая непростую ситуацию с парковкой машин в связи с активным развитием и застройкой Красногвардейского района, мы предусмотрели в нем подземный отапливаемый паркинг на 200 машин.

G: В своих жилых комплексах вы часто предусматриваете дополнительные объекты социальной инфраструктуры. Чем руководствуетесь, решая, что именно нужно?

И. К.: На это все существуют нормативы — и мы строим по нормативам. А если говорить о тех случаях, когда мы строим сверх нормативов, то мы исходим из собственного видения ситуации. Проводим анализ, изучаем, что есть и чего не хватает в том или ином месте для максимально комфортного проживания. Главный критерий тут — целесообразность, необходимость строительства тех или иных объектов.

G: Существуют ли неизменные критерии комфорта — то, что нужно всем и всегда?

И. К.: Я не устаю повторять: набор необходимых для комфорта опций у каждого свой. Кому-то нужно одно, кому-то другое. Если говорить о наших критериях, они изложены в концепции «Доступный комфорт». Это дома по доступной цене, но в то же время с максимальным набором дополнительных опций: зоны для общения и отдыха, придомовые храмы, встроенные помещения со всей необходимой инфраструктурой, детские площадки и так далее. Плюс архитектура гораздо более высокого уровня, чем в среднем по этому классу.

G: А зачем нужны архитектурные изыски? Разрабатывая архитектурные концепции, вы исходите из того, что в перспективе вашими объектами можно будет гордиться?

И. К.: Однозначно исходим. Стараемся делать как можно лучше. Недавно мы ввели в эксплуатацию жилой комплекс «Город мастеров» и уже получили массу положительных отзывов. Люди называют его «дом-игрушка». Он действительно интересен с архитектурной точки зрения: там переплетается несколько стилей, используется разноцветный керамогранит на фасаде, есть дополнительные декоративные элементы. И все это — за реальные, в принципе, деньги.

G: Какими объектами будете гордиться через много лет? Какие особенно важны для компании сейчас?

И. К.: Мы не разделяем объекты на важные и не очень. Все важны. И всеми мы будем гордиться. Мы не строим никаких типовых проектов, каждый наш жилой комплекс индивидуален как с архитектурной точки зрения, так и с точки зрения внутреннего наполнения. ■

СКОРОСТНОЙ ДИАМЕТР РАЗГОНЯЕТ ЦЕНЫ

ВАСИЛЬЕВСКИЙ ОСТРОВ — ОДНА ИЗ САМЫХ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЛОКАЦИЙ В ГОРОДЕ, КОТОРАЯ ИМЕЕТ ВЫСОКИЕ ШАНСЫ ДЛЯ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ. ВО МНОГОМ ДЛЯ ИНВЕСТОРОВ СТОП-ФАКТОРОМ СЛУЖИЛИ ТРАНСПОРТНЫЕ ПРОБЛЕМЫ, КОТОРЫЕ ТЕПЕРЬ — С ЗАПУСКОМ ЦЕНТРАЛЬНОЙ ЧАСТИ ЗСД — ЧАСТИЧНО РЕШЕНЫ. ЭТО ПОВЫСИТ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РАЙОНА, ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

В среде экспертов мнения о том, как повлияет открытие ЗСД на прилегающую недвижимость, разделились. Одни считают, что ввод объекта был событием ожидаемым и все объекты, которые потенциально могли появиться рядом с трассой, уже появились в процессе строительства дороги. Другие полагают, что открытие ЗСД, по сути, дало новый импульс Васильевскому острову, а потому новый объект инфраструктуры на несколько лет вперед предопределил развитие как этого района, так и всего города.

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ МОМЕНТ Ввод центральной части ЗСД и съезда на Васильевский остров — долгожданное событие, которое совершит ряд «прорывов» в транспортной системе города. В том числе появится возможность уехать и приехать в Василеостровский район из других частей города в период разведения мостов, возможность доступа по скоростной магистрали из южных и особенно юго-западных районов в Василеостровский, Приморский и Курортный районы, а из этих районов — к таким значимым местам, как аэропорт Пулково и КВЦ «Экспофорум».

Андрей Бойков, партнер Rusland SP, отмечает: «Ввод центрального участка ЗСД кардинально улучшит транспортную доступность не только Васильевского острова, но и центральных районов города в целом. Жители района, а также работающие в этой зоне с нетерпением ждали этого события». Что касается недвижимости, то, уверен аналитик, безусловно, повышение спроса на эту зону произойдет как со стороны покупателей, так и со стороны игроков девелоперского рынка. «Цены на первичку, например, уже корректируются вверх. В районе намывных территорий заявлен целый ряд проектов жилой и коммерческой недвижимости, и нет сомнений, что при грамотной концепции с реализацией проблем не возникнет», — говорит господин Бойков.

Надежда Калашников, директор по развитию компании Л11, рассуждает: «Появление новых дорог — это всегда положительный момент. Необходимость скоростной магистрали, соединяющей север и юг города, появилась уже давно. Но ЗСД — дорога платная, в среднем стоимость одного участка составляет 50 рублей для легковых машин и 100 рублей для грузового транспорта. То есть проезд по всему маршруту явно будет недешевым удовольствием, и далеко не каждый автовладелец сможет позволить себе совершать регулярные поездки по маршруту. Тем не менее новая дорога сможет существенно разгрузить центр города и упростить жизнь жителям Васильевского острова, для которых любая поездка была сопряжена с простаиванием в пробках, а в летний период в ночное время становилась и вовсе невозможной».

Генеральный директор ГК Docklands Development Екатерина Запороженко с

коллегой согласна: «Появление ЗСД открывает Васильевский остров и повышает его ликвидность и привлекательность. Впервые жители острова не будут зависеть от мостов. Да и в целом транспортная ситуация улучшится. По нашим прогнозам, это повысит стоимость недвижимости минимум на 10–20%».

ОСТАЛОСЬ ДОЖДАТЬСЯ Владислав Фадеев, руководитель отдела исследований компании JLL в Санкт-Петербурге, также уверен, что ЗСД отразится не только на развитии западной части Васильевского острова, но и в целом на жизни острова. «Вследствие перераспределения транспортных потоков существенно улучшится транспортная доступность и увеличится спрос на жилье и коммерческую недвижимость. Хотя, конечно, влияние на западную часть будет сильнее. После стабилизации потоков девелоперы и арендаторы смогут оценить произошедшие изменения. Мы ожидаем очень существенного увеличения спроса на Васильевский остров после окончания реконструкции Тучкова моста, строительства моста через остров Серный и открытия станции метро „Горный институт“», — высказывается он.

Николай Пашков, генеральный директор Knight Frank St. Petersburg, также полагает, что изменение транспортной доступности района положительно скажутся на рыночном потенциале проектов, что важно как для реновации промышленного пояса, так и для одного из крупнейших в городе проектов освоения новых территорий — «Морского фасада». «В то же время для обеспечения возможности успешного развития значимых объемов деловой недвижимости в „Морском фасаде“ и создания делового района или кластера необходимо также появление там запланированной станции метро», — рассуждает господин Пашков.

Господин Фадеев считает, что стоимость аренды и продажи офисных помещений на острове увеличится. «Если сейчас, например, уровень арендных ставок на офисы класса А в Василеостровском районе на 40% ниже, чем в других локациях исторического центра города (Центральный, Адмиралтейский, Петроградский районы), то после улучшения транспортной доступности этот разрыв сократится минимум в два раза», — говорит господин Фадеев.

НЕ ТОЛЬКО ПЛЮСЫ Господин Фадеев также полагает, что ЗСД имеет и некий негативный фактор, значимый для жителей кварталов около улицы Кораблестроителей, так как увеличится транспортный поток, а в кварталах западной части Васильевского острова ухудшится вид из окна. «Но это естественное явление развития города, так как 10–15 лет назад эти дома, в свою очередь, заслонили вид на Финский залив жителям теперь уже стоящих в глу-

бине района домов. В остальном влияние магистрали будет только положительным», — отмечает аналитик.

Ольга Захарова, директор по продажам и продвижению «СПб Реновация», считает, что главными выгодоприобретателями появления ЗСД станут девелоперы, реализующие проекты на намывных территориях, и их покупатели. «После открытия съездов с магистрали на Васильевский остров у жителей этих новостроек появится альтернативный путь выезда в другие районы города. Стоимость квадратного метра заметно не изменится, но привлекательность жилой и коммерческой недвижимости вырастет. В проигрыше останутся жители домов, приобретающие квартиры вблизи от ЗСД до начала его строительства. Для них увеличившийся машинопоток и испорченный вид из окна могут нивелировать все плюсы от улучшения транспортной инфраструктуры района. Особенно это касается новостроек, которые раньше продавались как престижное жилье с видом на залив».

А Вера Сережина, директор управления стратегического маркетинга и исследований рынка холдинга RBI, считает, что новая трасса вряд ли снизит стоимость жилья: «В западной части Васильевского острова есть ряд факторов, из-за которых такое развитие событий маловероятно. Во-первых, новое жилье здесь строится с учетом всех необходимых санитарных зон, на определенном расстоянии от проходящего ЗСД, предполагается и шумовое экранирование. Во-вторых, в этой локации очень много позитивных характеристик, которые высоко ценятся покупателями, — близость к центру города, близость к заливу, вид из окон. Кстати, многие ценят красоту не только водных просторств, но и самой транспортной магистрали, особенно в ночное время».

Антон Банин, ведущий аналитик ГК «Доверие», полагает, что дорога даст дополнительный импульс для освоения застройщиками намывных территорий, реновации «серых» зон Васильевского острова и реализации некоторых новых проектов: «В частности, с улучшением транспортной доступности можно ожидать роста интереса к коммерческой недвижимости, а такие социальные проекты, как российско-китайский бизнес-парк на территории „Ленэкспо“, смогут получить дополнительные потоки посетителей».

АКТИВИЗАЦИЯ СТРОИТЕЛЕЙ Иван Починчиков, управляющий партнер IPG Estate, рассказывает: «Относительно недавно „Максидом“ в ходе торгов купил территорию Завода им. Калинина на Уральской улице. На мой взгляд, инвестирование в данный актив было сделано именно с точки зрения перспективности данной локации, принимая во внимание скорый запуск ЗСД. Опять же на Уральской улице строитель-

ство жилья ведет „ЛенСпецСМУ“, по нашим данным продажи идут достаточно активно».

Алексей Бушуев, директор по продажам Seven Suns Development, прогнозирует: «В ближайшей перспективе в этой части города активизируется возведение жилой и коммерческой недвижимости, гостиниц и социальных объектов. Близость Морского пассажирского порта, транспортная доступность аэропорта Пулково и исторического центра города делают район привлекательным для размещения объектов гостиничной инфраструктуры. Тем более в преддверии чемпионата по футболу. Транспортная доступность „Лахта-центра“ обеспечивает спрос на жилье и апартаменты на намыве и острове со стороны переизжающих в Петербург сотрудников ПАО „Газпром“, партнеров организации и просто инвесторов».

Дмитрий Золин, управляющий директор сети бизнес-центров «Сенатор», при этом отмечает, что существует негативный сценарий развития событий. «При повышении интереса к данному участку со стороны автолюбителей возможно усугубление ситуации из-за увеличения количества пробок на Васильевском острове, который и без того обременен транспортными проблемами. Вполне вероятно, что остров превратится в Манхэттен, где скорость движения пешехода выше, чем автомобиля. Сейчас делать однозначные выводы преждевременно, изначально нужно увидеть первые результаты работы участка, оценить готовность людей пользоваться платной магистралью», — рассуждает он.

Любава Пряникова, старший консультант департамента консалтинга компании Colliers International в Санкт-Петербурге, полагает, что помимо Васильевского острова, развитие получат и другие районы города: «Основные зоны, которые ощутят положительное влияние ЗСД, — это активно застраиваемая зона Каменки, намывные территории Васильевского острова, западная часть Обводного канала».

Но есть в среде девелоперов и скептики. В отличие от коллег, Светлана Денисова, начальник отдела продаж ЗАО «БФА-Девелопмент», считает, что ввод в эксплуатацию центрального участка ЗСД — давно ожидаемое событие, поэтому эффект от него не будет столь явным и демонстративным. «Все изменения на рынке уже проявились, и вряд ли мы увидим яркие последствия. Рынок имел достаточное количество времени, чтобы отработать, осмыслить и отразить эту информацию в ценах как на жилую, так и на коммерческую недвижимость. Но все-таки небольшой эффект еще последует. Благодаря возросшему трафику всегда появляется та часть аудитории, которая открывает для себя эту территорию заново, начинает рассматривать ее в свете новых логистических возможностей», — сказала она. ■

ПЕТЕРБУРГ ЗАБРАЛСЯ НА ПИК ПОПУЛЯРНОСТИ

В НАЧАЛЕ ДЕКАБРЯ 2016 ГОДА НА АТОЛЛЕ НУНУ (МАЛЬДИВЫ) СОСТОЯЛСЯ ГРАНД-ФИНАЛ САМОЙ ПРЕСТИЖНОЙ МИРОВОЙ НАГРАДЫ В ОБЛАСТИ ТУРИНДУСТРИИ WORLD TRAVEL AWARDS. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, СТАВШИЙ В СЕНТЯБРЕ 2016 ГОДА РЕГИОНАЛЬНЫМ ЛАУРЕАТОМ ПРЕМИИ В НОМИНАЦИИ EUROPE'S LEADING DESTINATION И ВЫШЕДШИЙ В МИРОВОЙ ФИНАЛ, ПОЛУЧИЛ ЗВАНИЕ WORLD'S LEADING CULTURAL CITY DESTINATION 2016 — «ВЕДУЩАЯ В МИРЕ ДЕСТИНАЦИЯ ГОРОДСКОГО КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА 2016».

ЯНА КУЗЬМИНА

Наряду с Петербургом за титул культурно-туристической столицы мира в этом году боролись такие признанные фавориты международного туризма, как Нью-Йорк, Париж, Рио-де-Жанейро, Рим, Сидней, Венеция и Пекин. Вручение этой награды считается наивысшим признанием достижений в области туризма. В свое время издание The Wall Street Journal признало премию своеобразным «Оскаром» туристической отрасли.

Президент World Travel Awards Грэм Кук, комментируя полученную городом награду, отметил: «Санкт-Петербург по праву признан лидирующим культурным туристическим направлением в мире в 2016 году. Все большее число туристов приезжают в этот город с культурно-познавательными целями. Город активно продвигается на мировой арене».

По словам председателя комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга Андрея Мушкарева, «город сейчас находится на пике своей популярности в мире за всю историю и заслуженно становится лауреатом самых престижных мировых наград в области туризма. В Северной столице проходят масштабные событийные и деловые мероприятия. Все это результат плодотворной работы властей города по продвижению Петербурга как мировой туристической дестинации».

Одними из определяющих параметров для выявления победителя в номинации World's Leading Destination 2016 являются безопасность пребывания в городе туристов, развитая инфраструктура и гостиничная сеть.

«Статус ведущей дестинации культурного туризма в 2016 году Санкт-Петербургом абсолютно заслужен: мы не только обладаем невероятным пластом культурных ценностей, относящихся к периоду Российской империи и супервостребованных иностранными путешественниками, но и предлагаем туристам российскую культуру в максимально широком временном и социальном контексте — от артефактов русской революции 1917 года до галерей современного искусства и арт-пространств, от классических фестивалей Мариинского театра и Филармонии до Harley Davidson Days», — отмечает директор Северо-Западного регионального отделения Российского союза туристической индустрии Екатерина Шадская.

По мнению эксперта, престижная премия — закономерный результат эффективной совместной работы комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга, федеральных властей в рамках проекта Visit Russia и туристического сообщества



НЕКОТОРЫЕ ТУРИСТЫ ЕДУТ В ПЕТЕРБУРГ НАЛЕГКЕ

региона по продвижению возможностей города, его популяризации как направления международного туризма.

«За последние несколько лет маркетинг города и одновременно процесс создания комфортной среды для пребывания туристов действительно совершили качественный рывок — как на международном, так и на внутрисанктском уровне, — отмечает Екатерина Шадская. — В совместных задачах власти и бизнеса на ближайшее будущее — не только удержать высочайшую планку в области культурного туризма, но и достигнуть аналогичных успехов в других его видах — в частности, в событийном и деловом, что помогло бы Петербургу стать всепогодной дестинацией для путешественников».

КЛАССИФИКАЦИЮ ПРОШЛИ По итогам 2016 года, суммарный номерной фонд действующих гостиниц Петербурга, позиционирующихся в категории «три-пять звезд», составил 26 792 номера. Из 539 гостиниц 47% реализуется в формате мини-отелей. Без учета мини-отелей в Пе-

тербурге действует 288 гостиниц и малых отелей с суммарным номерным фондом 24 579 номеров, из них 216 представлено в категории «три звезды», 55 — в категории «четыре звезды» и 17 — в категории «пять звезд».

В Петербурге действует программа обязательной классификации гостиниц и иных средств размещения. По данным на ноябрь 2016 года, как подсчитали аналитики компании Knight Frank St. Petersburg, 733 средства размещения, включая гостиницы, мини-отели, малые отели и хостелы, прошли официальную классификацию. Категорию «три-пять звезд» официально получили только 244 гостиницы с суммарным номерным фондом 20,7 тыс. номеров. Остальным средствам размещения присвоена категория «без звезд», а также «одна-две звезды». Стоит отметить, что не все средства размещения, функционирующие в Петербурге, прошли официальную классификацию, в основном это касается мини-отелей и малых отелей. Срок обязательной классификации отелей к чемпионату мира

по футболу 2018 года истекает 1 января 2017 года.

Качественное предложение распределено неравномерно по районам города — 71% номерного фонда категории «три-пять звезд» сосредоточено в четырех районах: Центральном, Адмиралтейском, Василеостровском и Московском, при этом гостиницы категорий «четыре и пять звезд» преимущественно расположены в Центральном районе.

Несмотря на достаточно большое количество мини-отелей в сравнении с другими городами России (2213 объектов), их суммарный номерной фонд составляет только 8% от общего объема номерного фонда Петербурга категории «три-пять звезд». Среди всех действующих мини-отелей, позиционированных в категории не менее «трех звезд», 57% расположено в Центральном районе. «Расширение мини-отелей и малых отелей происходит в Петербурге преимущественно путем выкупа квартир в доме размещения и/или присоединения к сети отелей соседнего объекта. Нередки случаи, когда в течение



ЕВГЕНИЙ ТАВЛЕНКО

ЗДАНИЕ МУЗЕЯ «ЭРАРТА» В СОВЕТСКИЕ ВРЕМЕНА БЫЛО ЗАКРЫТЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

«НАЗАД В ЛЕНИНГРАД» ПОД ТАКИМ НАЗВАНИЕМ В МУЗЕЕ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА «ЭРАРТА» ОТКРЫЛАСЬ ВЫСТАВКА ПЕТЕРБУРГСКОГО ХУДОЖНИКА АНДРЕЯ СЕМЕНОВА, ПОДГОТОВЛЕННАЯ СОВМЕСТНО С ФОНДОМ «СВОБОДНЫЕ ХУДОЖНИКИ ПЕТЕРБУРГА».

ПО МАТЕРИАЛАМ WWW.ERARTA.COM

Автор приглашает зрителя в город его памяти, зовет погрузиться в фантазматическую атмосферу остановившегося позднесоветского времени, предлагает пройтись с ним по улицам, прочувствовать незамысловатую поэтику повседневности.

Ленинград Андрея Семенова наполнен яркими красками, а характерные персонажи картин несколько карикатурны и в то же время вызывают ностальгию. Они радуются мелочам, и автор не «бичует» своих героев за их приземленные радости. Он лишь по-доброму над

ними посмеивается, по-человечески их понимает.

Частая тема на полотнах Андрея Семенова — люди в городе, городская толпа, плотная, но не безлика. У каждого персонажа — свои характерные черты. В некоторых работах художника искусственный зритель отыщет символические мотивы — летающую рыбу, например. Однако символы здесь кажутся не столько мистическими откровениями, сколько сказкой, фольклором, смещением фантазии и реальности.

Для родившегося в Ленинграде и живущего в Петербурге художника Северная

столица с ее улочками, брандмауэрами и дворами-колодцами стала фоном и даже главным героем работ.

Кроме «ленинградских» полотен, на выставке можно будет увидеть пейзажи других городов и весей и даже окружающее космическое пространство.

Художник с блестящей академической школой, Андрей Семенов использует в работе приемы экспрессивного и наивного искусства, передает свою «ленинградскую национальную» самобытность, свою ностальгию, восхищение и любовь к жизни. ■

ДРУГАЯ ЖИЗНЬ БЫВШЕГО ЦЕХА

В МУЗЕЕ УЛИЧНОГО ИСКУССТВА ПОЯВИЛОСЬ НОВОЕ ПРОИЗВЕДЕНИЕ — ИНСТАЛЛЯЦИЯ «ПРОРЫВ» ПЕТЕРБУРГСКОГО ХУДОЖНИКА АЛЕНА КОГАН.

Работа заняла два уровня бывшего цеха Х1. Хрупкая конструкция из легких материалов, пронзающая пустоту заброшенного цеха, как бы отражает саму суть взаимодействия разной среды, завода и музея — сосуществование искусства и промышленной эстетики в общем пространстве.

Инсталляция «Прорыв» — это переосмысление работы «Галактика-веретено NG 5866», которая была создана художником в прошлом году для выставки «Вокруг света» в Музее городской скульптуры в Петербурге. По словам Алены Коган, идея

инсталляции как нового пространственного решения этой работы возникла в тот момент, когда она увидела двухуровневое помещение бывшего цеха: «Световые окна и дыры в полу, геометрия колонн, оконных переплетов и потолочных балок — символов индустриальной мощи вызвали к жизни образ легкого объекта из непрочных и недолговечных материалов, тем не менее активно и даже агрессивно вторгающегося в умирающий мир бетона и ржавого железа и наполняющий все пространство новой идеей и новой жизнью». ■

ИНСТАЛЛЯЦИЯ «ПРОРЫВ» ПРИЗВАНА СОЕДИНИТЬ ДВЕ СТИХИИ — ИСКУССТВО И ПРОИЗВОДСТВО



«ОХТА МОЛЛ» БЕРЕТ RAZGON

В ТРЦ «ОХТА МОЛЛ» ОТКРЫЛСЯ БАТУТНЫЙ ПАРК RAZGON ПЛОЩАДЬЮ 2 ТЫС. КВ. М.

Создатели парка намерены менять тенденции спортивной индустрии, внедряя понятие Party & Healthy и обращая молодежь к здоровому образу жизни.

В парке Razgon постарались создать условия для экстремального времяпрепровождения: здесь есть огромные ямы с поролоновыми кубами, батуты OpenFrame с гигантской подушкой для приземления, bouldering (для одного из видов скалолазания), слэклийн (стропа, натянутая между двумя объектами, по которой ходят почти как по канату), игровые площадки для командных игр и многое другое. Впервые в истории сети парк дополняет аттракционы виртуальной реальности последнего поколения, включающие десятки сценариев игр.

Также Razgon планирует проведение праздников и развлекательных меропри-

НОВЫЙ БАТУТНЫЙ ПАРК ОТЛИЧАЕТСЯ РАЗМАХОМ



ятий для детей и взрослых. Тематические вечеринки для молодежи, дневные мероприятия для детей и родителей, конкурсы с подарками и спортивные чемпионаты — все это будет называться Razgon Weekend. Также парк предлагает обучающие программы и тренировки, групповые и индивидуальные занятия с инструктором, детские акробатические секции — за пару уроков обещают научить пируэтам, прыжкам и полетам.

Сеть Razgon работает с сентября 2015 года и включает три парка — в Екатеринбурге, Нижнем Новгороде и Чебоксарах. После открытия парка в ТРЦ «Охта Молл» сеть в Петербурге пополнится еще тремя центрами. В ближайшем будущем планируется открытие парка в ТРЦ «Континент» на проспекте Стачек. ■

нескольких лет собственник мини-отеля последовательно выкупает квартиры на этажах жилого здания, и, постепенно расширяясь, отель занимает весь подъезд», — рассказывает Тамара Попова, руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg.

Среди тенденций гостиничного рынка следует отметить расширение сетей мини-отелей и малых гостиниц, преимущественно находящихся под управлением российских предпринимателей. По данным на конец 2016 года, 16% всех мини-отелей Петербурга входит в определенную сеть, при этом не всегда собственник (как правило, индивидуальный предприниматель) является управляющим.

К сегменту малого отеля (номерной фонд от 16 до 50 номеров) в городе относится 174 объекта, позиционированных в категории «три-пять звезд», суммарный номерной фонд таких отелей достигает 19% от общего предложения качественного номерного фонда Санкт-Петербурга.

В городе действует 17 международных гостиничных операторов, под их управлением находится 31 гостиница категории «три-пять звезд» с суммарным номерным фондом 8438 номеров. На первом месте по номерному фонду в управлении на территории Петербурга находится The Rezidor Hotel Group, включающая бренды Radisson и Park Inn, на долю оператора приходится 33% от суммарного номерного фонда гостиниц, функционирующих под зарубежными брендами.

РОСТ НА ТРЕТЬ Санкт-Петербург возглавляет рейтинг наиболее посещаемых городов России. В 2015 году город принял 6,5 млн туристов. По итогам 2016 года, по данным комитета по туризму, ожидается 6,7–6,8 млн туристов.

Объем внутреннего туризма России, по данным Росстата, в 2015 году составил 50 млн поездок, по результатам 2016 года ожидается увеличение на 30% в сравнении с прошлым годом. По данным исследования TripBarometer 2016, прово-

димого компанией TripAdvisor, в 2015 году среднее число заграничных поездок российских граждан сократилось на 9%.

Всего в Петербурге по итогам 2016 года ожидается около 3 млн иностранных туристов. В структуре иностранного туристического потока произошло изменение — некоторое сокращение туристов из европейских стран компенсировалось существенным ростом туристов из стран Азиатско-Тихоокеанского региона. В рамках безвизового группового обмена в 2015 году в России побывали 540 тыс. туристов из КНР, из них около 300 тыс. — в Санкт-Петербурге. По итогам первого полугодия 2016 года, в Россию приехало на 43% больше граждан Китая в сравнении с аналогичным периодом прошлого года. Помимо выгодного курса валюты КНР по отношению к рублю, на рост туристического потока повлияли также отмена виз для групповых путешественников, государственные программы поддержки туризма, а также рост дохода жителей КНР. Согласно прогнозу в соответствии с отчетом компаний Boston Consulting Group и TripAdvisor, к 2030 году более половины мирового туристического потока будут составлять путешественники из Азиатско-Тихоокеанского региона.

Исходя из имеющихся данных, можно говорить о том, что гостиничный рынок Петербурга завершит год с существенным ростом доходности в сравнении с 2015 годом. По итогам июня, пикового месяца высокого сезона 2016 года, средняя месячная загрузка петербургских отелей составляла 81–85%, по итогам июля аналогичный показатель составлял 75–82%. По экспертному мнению крупнейших отельеров, гостиничный рынок Санкт-Петербурга в 2016 году показал рост средней цены и доходности на номер для всех сегментов.

ИНВЕТОРЫ ПРОБУДИЛИСЬ «Стремительный прирост операционных показателей гостиниц Санкт-Петербурга в 2016 году пробудил интерес инвесторов к строительству новых объектов, а

крупнейшие международные сети — к подписанию контрактов на управление отелями», — отмечает Тамара Попова. В процессе строительства находятся гостиницы, для которых подписаны предварительные договоры на управление с международными гостиничными сетями, в том числе с ранее не присутствовавшими в Петербурге — Jumeirah, Elite World Hotels и Lotte Group. Ожидаемым является открытие второго отеля сети Hilton Worldwide в районе выставочного центра «Экспофорум». Всего до конца 2018 года, согласно предварительно заявленным девелоперами срокам, ожидается ввод в эксплуатацию гостиниц с номерным фондом 1876 номеров, однако возможен перенос сроков для ряда проектов, что не является исключением для гостиничного рынка Петербурга.

В течение года также возможна реализация отелей в формате мини-отеля и малого отеля, преимущественно в рамках реконструкции помещения или здания. Реализация данного формата отелей требует меньших временных затрат и занимает в среднем не более года. Стоит отметить, что на общее количество мини-отелей города в долгосрочной перспективе существенное влияние окажет возможность принятия законопроекта о запрете или ограничении размещения малых средств размещения в жилых домах.

Существенный рост количества иностранных туристов планируется в 2017–2018 годах, преимущественно на даты проведения Кубка Конфедераций по футболу и чемпионата мира по футболу.

По результатам успешного сезона 2016 года ряд отельеров заявляет о планах существенного повышения цен — рост стоимости номеров может составить до 30% в высокий сезон. Стоит отметить, что на выполнение операционных показателей отелей Петербурга в течение года существенно повлияли как рост внутреннего туризма, в основном связанный с сокращением количества поездок за пределы России, так и рост количества туристов

из Азиатско-Тихоокеанского региона. При этом к ценовому фактору чувствительны как внутренние туристы, так и туристы из КНР, которые в случае роста цен и не столь выгодного соотношения рубля к юаню могут переориентироваться на другие направления.

Комитет по инвестициям Санкт-Петербурга разработал программу развития гостиничной отрасли до 2021 года, предполагающую, что за ближайшие пять лет туристический поток возрастет до 7,3 млн человек, а уровень среднегодовой загрузки отелей увеличится с 61,5 до 63,5%. Программой предусмотрено несколько форм господдержки. Среди них перечислены существующие льготы и новые формы государственной поддержки. Существует уже действующая поправка к закону «О стратегических инвестиционных проектах, стратегических инвесторах и стратегических партнерах Санкт-Петербурга» — порог инвестиций для присвоения гостиничным проектам статуса «стратегического» снижен в 2016 году с 15 до 1,5 млрд рублей, а землю под такие проекты можно получать целевым назначением с льготной арендной ставкой в 1,5% от кадастровой стоимости участка на период строительства.

В целом ситуацию на гостиничном рынке Петербурга можно охарактеризовать как позитивную — прирост туристического потока, государственная поддержка инвестиций в гостиничную сферу, формирование туристической инфраструктуры, комплексное продвижение туристического направления на государственном уровне — все это создает благоприятные предпосылки для инвестирования. Тем не менее ввиду высокой степени неопределенности в экономике и отсутствия возможности привлечения доступного кредитного финансирования многие инвесторы по-прежнему занимают выжидательную позицию, и, хотя ставка капитализации является высокой в сравнении с другими сегментами недвижимости, риски в данном секторе остаются традиционно высокими. ■

СИНХРОННОЕ КРЕСЛО

ДИЗАЙНЕРЫ НОВОГО МЕБЕЛЬНОГО САЛОНА NATUZZI НА МОСКОВСКОМ ПРОСПЕКТЕ СОБРАЛИ ЭКСПОЗИЦИЮ ИЗ НОВИНОК МИЛАНСКОЙ ВЫСТАВКИ 2016 ГОДА, В ЧИСЛЕ КОТОРЫХ ПОСЛЕДНЯЯ ИННОВАЦИЯ БРЕНДА — КРЕСЛО-РЕКЛАЙНЕР RE-VIVE.

Это кресло для релаксации, представляющее знаменитый функциональный итальянский дизайн, движется практически синхронно с тем, кто в нем сидит. Оно изгибается, когда сидящий человек меняет положение тела, то есть каким-то непостижимым образом реагирует на движение. Все дело в технологии. Responsive Recline использует специальный механизм компенсации веса, который раскладывает кресло естественными движениями, соблюдая баланс. Механизм как бы инту-

итивно реагирует на каждое изменение позы, плавно переводя кресло из одной позиции в другую, то есть кресло-реклайнер раскладывается без какой бы то ни было внешней корректировки.

Мероприятие по случаю открытия нового бутика прошло под девизом «Оденьте свой дом, как одевайтесь сами». Программа вечера включала модный показ с участием брендов Etro, Cavalli, Bogner, розыгрыш подарков от партнеров и тысячу евро на покупку мебели Natuzzi. ■



КРЕСЛО-РЕКЛАЙНЕР RE-VIVE ОТ NATUZZI ОБЛАДАЕТ ОСОБЫМИ СВОЙСТВАМИ

КЕМПНСКИ В БАВАРИИ

СТАРЕЙШАЯ СЕТЬ ОТЕЛЕЙ САМОГО ВЫСОКОГО КЛАССА КЕМПНСКИ ИМЕЕТ БОГАТУЮ ИСТОРИЮ И СОЗДАВАЛАСЬ В ГЕРМАНИИ. СЕГОДНЯ ПОД ЭТИМ БРЕНДОМ ФУНКЦИОНИРУЮТ 80 ОТЕЛЕЙ В 30 СТРАНАХ МИРА. НО ОТЕЛЬ HOTEL VIER JAHRESZEITEN KEMPINSKI В МЮНХЕНЕ МОЖНО ВПОЛНЕ НАЗВАТЬ ИСТОРИЧЕСКИМ. ЕСТЬ В БАВАРИИ И ЕЩЕ ОДИН ОТЕЛЬ ПОД ЭТИМ БРЕНДОМ — KEMPINSKI HOTEL BERCHTESGADEN В ПРЕДГОРИЯХ АЛЬП. ОН СРАВНИТЕЛЬНО НОВЫЙ И ВПЕЧАТЛЯЕТ ПО-ДРУГОМУ. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА



THE HOTEL VIER JAHRESZEITEN KEMPINSKI В МЮНХЕНЕ ОТКРЫТ С 1858 ГОДА



В ОТДЕЛКЕ ЛОББИ — ЦВЕТНОЕ СТЕКЛО, ХРУСТАЛЬ, КОЖА И ДЕРЕВО



УГОЛОК В РЕСТОРАНЕ SCHWARZREITER TAGESBAR & RESTAURANT В МЮНХЕНСКОМ ОТЕЛЕ

The Hotel Vier Jahreszeiten Kempinski Munich расположен на одном из самых больших в мире проспектов — Максимилианштрассе. Баварский король Максимилиан II намеревался создать себе особый памятник — по его приказу и была проложена магистраль, названная в его честь. По воле короля, в проекте Максимилианштрассе было заложено строительство «самого роскошного отеля в городе». Таким он и стал — основательное здание с номерами, богато отделанными и стильно обставленными, с большой помпой открылось в 1858 году. Здесь были лифт, водопровод и электричество — не всякий отель того времени мог похвастаться такими новшествами. С тех пор он оставался оплотом немецкой роскоши. В разное время здесь останавливались мировые знаменитости, в XX веке

и на рубеже нашего столетия постояльцами отеля были Альфред Хичкок, Марлен Дитрих, Леонард Бернстайн, Энди Уорхол, Одри Хепберн, Элизабет Тейлор, Шон Коннери, Дженнифер Лопес, Робби Уильямс.

На капитальный ремонт отеля в честь его 150-летия в 2008 году было потрачено €16 млн. Еще €19 млн было вложено в реконструкцию и дополнительно €30 млн потрачено на ремонт до 2016 года. Весной 2009 года главный вход в отель был перестроен и модернизирован, на что ушло 12 тонн сицилийского мрамора, стены в лобби были отделаны коричневой кожей, сооружены полупрозрачные стеклянные колонны и установлены подвесные светильники в виде 400 хрустальных шаров.

Сегодня в The Hotel Vier Jahreszeiten Kempinski 300 номеров двенадцати раз-



РЕПЛИКА ПОРТРЕТА МАРКИЗЫ ДЕ ПОМПАДУР КИСТИ БУШЕ СТАЛА ДЕКОРАТИВНЫМ ЭЛЕМЕНТОМ В ОДНОЙ ИЗ ГОСТИНОЙ



ROYAL LUDWIG SUITE



ЛАХТА
ЦЕНТР

РЕКЛАМА

личных категорий, включая 67 люксов. Каждый номер не похож на другой, а в оформлении активно используются мотивы шедевров живописи из знаменитой мюнхенской Старой пинакотечи, что расположена неподалеку. Иногда такой декор выглядит несколько шокирующе, как, например, гигантский портрет Альбрехта Дюрера в пол-лица во всю стену коридора. По мнению Виктории Шамликашвили, генерального директора компании «Индивидуальный туристический сервис» и автора научной работы «Музей впечатлений как самостоятельный вид деятельности», такое обращение с шедеврами вполне допустимо, если «основано на уважении к оригинальному произведению искусства и его автору». «Использование мотивов узнаваемых художественных произведений на фотообоях, в том числе в увеличенных или уменьшенных формах, само по себе я не назвала бы профанацией. Но если постмодернистские игры с формами содержат в себе провокацию и вызывают раздражение, то это уже история для арт-галереи, где споры и дискуссии вокруг концепции будут уместны», — считает Виктория Шамликашвили.

Довольно оригинальным представителем бренда выступает другой базисный отель сети — Kempinski Hotel Berchtesgaden. Надо сказать, что это место в Берхтесгаденских Альпах, в 25 км от Зальцбурга, известно тем, что именно

здесь располагалась летняя резиденция Гитлера и виллы других руководителей Третьего Рейха (уничтоженные после Второй мировой войны, чтобы избежать паломничества неонацистов). Но смотровая площадка и чайный домик на месте виллы Гитлера остались — на эту вершину выходят окна некоторых номеров Kempinski Hotel Berchtesgaden.

Отель построен в 2002 году, отреставрирован в 2010-м и сегодня представляет собой стильное здание с интерьерами в альпийском духе. Здесь созданы все условия для отпуска в горах — работают подъемники на склоны, есть большая спа-зона с открытыми подогреваемыми бассейнами, учтена и гастрономическая составляющая. В этом уединенном месте работают два ресторана — мишленовский Le Ciel с классическими блюдами французской кухни, приготовленными из региональных продуктов, и лучшей в регионе Restaurant Johann Grill. В отеле 138 номеров семи различных категорий, включая люксы. Большинство из них — с каминами и панорамными окнами, откуда открывается потрясающий вид. На горы, так же, как и на огонь, смотреть не устаешь. ■



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

ВОКРУГ KEMPINSKI HOTEL BERCHTESGADEN МОЖНО НАЙТИ УКРОМНЫЕ УГОЛКИ



ПРОСТОРНОЕ ЛОББИ СЛОВНО ПРОНИЗАНО ГОРНЫМ ВОЗДУХОМ



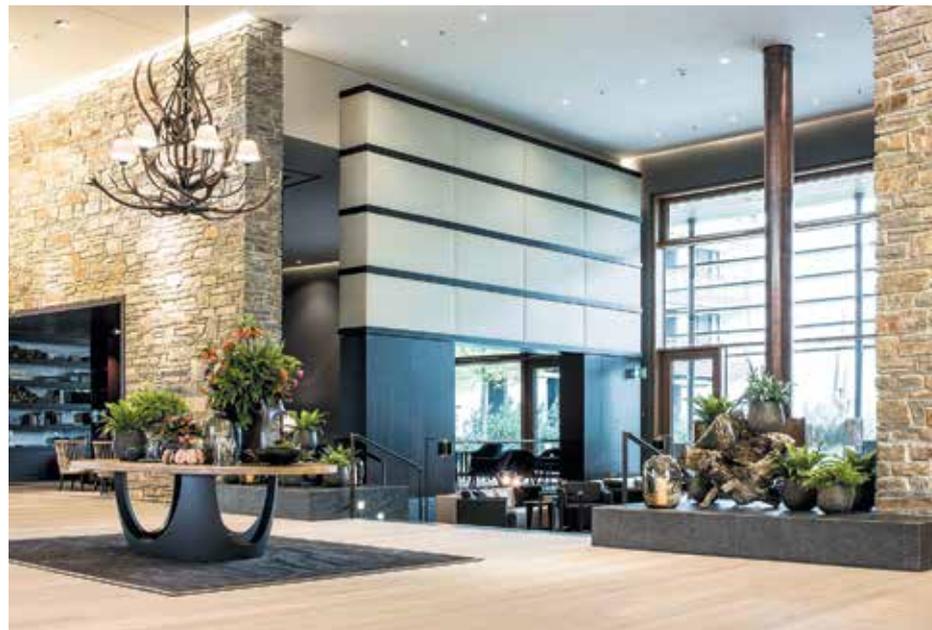
ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

ЗА ФАСАДОМ KEMPINSKI HOTEL BERCHTESGADEN — АЛЬПЫ В ТУМАНЕ



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

ЗАВТРАКИ ДЛЯ ВСЕХ — В RESTAURANT JOHANN GRILL



ИНТЕРЬЕР В АЛЬПИЙСКОМ СТИЛЕ

КОНЦЕРТНЫЙ ХОР В ИСААКИИ

В ИСААКИЕВСКОМ СОБОРЕ КОНЦЕРТНЫЙ ХОР САНКТ-ПЕТЕРБУРГА (КАМЕРНЫЙ ХОР СМОЛЬНОГО СОБОРА) ДАЛ КОНЦЕРТ ДУХОВНОЙ МУЗЫКИ В ДЕНЬ ПАМЯТИ ВЕЛИКОГО КНЯЗЯ АЛЕКСАНДРА НЕВСКОГО. КОНЦЕРТ БЫЛ ПРИУРОЧЕН К 25-ЛЕТНЕМУ ЮБИЛЕЮ ХОРА.

Для Исаакиевского собора, где один из трех алтарей назван в честь Александра Невского, стало важно объединить и отпраздновать два значимых события в жизни музея.

Кроме регулярных выступлений на различных городских площадках, с 2014 года Концертный хор Санкт-Петербурга проводит уникальные концерты с участием звезд мировой оперной сцены под сводами Исаакиевского собора и храма Воскресения Христова (Спас на крови).

Духовная музыка русских композиторов является украшением репертуара Концертного хора — он внес огромный вклад в возрождение и развитие традиций ее исполнения. В концертах под сводами величественных соборов с хором выступали: народная артистка СССР Ирина Богачева, солисты Мариинского театра Алексей Марков, Дмитрий Воропаев и Мария Баянкина, солист Метрополитен-опера — Денис Седов, солистка Михайловского театра Виктория Войтенкова.

В программе концерта в день памяти Александра Невского прозвучали произведения духовной музыки Рахманинова, Чеснокова и Свиридова в исполнении Концертного хора Санкт-Петербурга под управлением главного дирижера, заслуженного артиста России Владимира Беглецова и ведущих солистов Михайловского театра — Бориса Пинхасовича и Бориса Степанова, солистки Мариинского театра — Татьяны Сержан, солистки Финской национальной оперы — Евгении Подымалкиной. ■



ДУХОВНАЯ МУЗЫКА И ПЕНИЕ ЗВУЧАТ ПОД СВОДАМИ СОБОРА ПО-ОСОБОМУ

ЦАРСКОЕ ЗАСТОЛЬЕ

В НИКОЛАЕВСКОМ ЗАЛЕ ЗИМНЕГО ДВОРЦА ОТКРЫЛАСЬ МАСШТАБНАЯ ВЫСТАВКА «ИЗ СЕРВИЗНЫХ КЛАДОВЫХ. УБРАНСТВО РУССКОГО ИМПЕРАТОРСКОГО СТОЛА XVIII — НАЧАЛА XX ВЕКА». WWW.HERMITAGEMUSEUM.ORG

Выставка организована Государственным Эрмитажем при участии Государственного музея-заповедника «Павловск», Государственного музея-заповедника «Петергоф», Государственного Русского музея, музеев Московского Кремля, АО «Императорский фарфоровый завод».

«Из сервизных кладовых» — пятнадцатая выставка из ежегодного эрмитажного цикла «Поднесение к Рождеству», посвященного истории и искусству фарфора. Цикл «Поднесение к Рождеству» стал продолжением возрожденной Эрмитажем давней традиции, когда в канун рождественских праздников в Зимнем дворце еще в XVIII веке показывали лучшие изделия, созданные на Императорском фарфоровом производстве в Санкт-Петербурге. В этом году Императорский фарфоровый завод передает музею деко-



ИМПЕРАТОРСКИЕ СЕРВИЗЫ ОТЛИЧАЮТСЯ ОГРОМНЫМ КОЛИЧЕСТВОМ ПРЕДМЕТОВ

ративное украшение художника Анны Трофимовой, названное созвучно выставке «Хранители сервизных кладовых».

В составе экспозиции «Из сервизных кладовых» более 1200 предметов. Ее основная часть — произведения,

предназначавшиеся для парадного убранства «Высочайших столов». В повседневной жизни подобные вещи, как правило, не использовали, их бережно хранили в специально оборудованных помещениях — сервизных кладовых, где располагались как фарфоровые сервизы, так и посудные формы из фаянса, стекла, серебра, бронзы и прочих материалов, а также скульптурные настольные украшения. С классическим наследием искусства сервизных ансамблей и настольных украшений связаны работы художников современного «Императорского фарфорового завода». С середины XVIII века и до наших дней изготовление сервизных предметов остается традиционным направлением в деятельности петербургского фарфорового завода. ■



СЦЕНИЧЕСКОЕ ДЕЙСТВО ИНОГДА НАПОМИНАЕТ ОТКРЫТКУ

В МЕКСИКАНСКОМ ДУХЕ

5 ДЕКАБРЯ И 27 ЯНВАРЯ НА ВТОРОЙ СЦЕНЕ БОЛЬШОГО ДРАМАТИЧЕСКОГО ТЕАТРА ИМЕНИ Г. А. ТОВСТОНОГОВА (КАМЕННООСТРОВСКИЙ ТЕАТР) ПРОЙДУТ ПОКАЗЫ СПЕКТАКЛЯ «ЭРЕНДИРА» В ПОСТАНОВКЕ ФЕДОРА ЛАВРОВА ПО МОТИВАМ НОВЕЛЛЫ ГАБРИЭЛЯ ГАРСИЯ МАРКЕСА.

Спектакль создан в духе мексиканских «ре-таблос» (наивные рисованные открытки, в которых люди благодарят святых за помощь). В нем звучат незамысловатые мелодии и стихи народов Латинской Америки, полные искренности и страсти. В самом сердце пустыни живут вдова контрабандиста, властная жестокосердная Бабушка, и ее 14-летняя внучка Эрендира. Однажды ночью «ветер

несчастий» опрокидывает свечу, которую Эрендира забыла задуть, уснув от непосильного труда. Пожар уничтожает дом и все имущество Бабушки. «Бедная моя девочка! Тебе жизни не хватит, чтобы возместить мне такой ущерб», — говорит Бабушка Эрендире. За тридцать песо она продает девственность любимой внучки местному мяснику. Когда в округе не остается ни одного мужчины, спо-

собного оплатить любовь Эрендиры, Бабушка увозит внучку в пустыню в поисках мест, более выгодных для погашения долга. Там они встречают Улисса — юношу с лицом ангела... В роли Бабушки — народная артистка России Нина Усатова, роль Эрендиры исполняет Полина Толстун, в роли Улисса — Дмитрий Луговкин. Художественный руководитель постановки — Андрей Могучий. ■

«НАМ ЕСТЬ ЧТО СОХРАНЯТЬ» РЕСТОРАН «МЕТРОПОЛЬ» И КОНДИТЕРСКАЯ «СЕВЕР», ЯРКИЕ ПРИМЕТЫ ДВУХ ГОРОДОВ — ИМПЕРАТОРСКОГО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И КОММУНИСТИЧЕСКОГО ЛЕНИНГРАДА — НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ ОБРАЗОВАЛИ ЕДИНЬИ БРЕНД «СЕВЕР-МЕТРОПОЛЬ», ОДНОВРЕМЕННО СОХРАНИВ ИМПЕРСКИЙ ШИК И ПРОЛЕТАРСКУЮ ДЕМОКРАТИЧНОСТЬ. КАПИТАЛИЗАЦИЯ ЭТОГО ТОВАРНОГО ЗНАКА РАСТЕТ, НО ЕГО СТОИМОСТЬ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР ООО «СЕВЕР-МЕТРОПОЛЬ» ВАРВАРА БЕЛЕЦКАЯ НЕ РАСКРЫВАЕТ. ЗАТО ТОП-МЕНЕДЖЕР ГОТОВА РАССКАЗАТЬ О ТОМ, ЗА СЧЕТ ЧЕГО СОХРАНЯЕТСЯ ПОПУЛЯРНОСТЬ БРЕНДА. ДМИТРИЙ МАРАКУЛИН

ВАРВАРА БЕЛЕЦКАЯ: Бренд «Метрополь», существующий почти два века, — это хорошая историческая база. Он известен с середины XIX века, но больше как ресторан. И знаком не одному поколению ленинградцев и ассоциируется с приятными событиями — свадьбами, юбилеями и другими памятные даты. Именно тогда, в советские годы, началось наше кондитерское производство. Думаю, многие горожане, да и не только они — туристы, побывавшие во времена СССР в нашем городе, помнят легендарную кондитерскую «Север», куда можно было заглянуть во время прогулки и выпить чашку кофе с фирменной выпечкой. И сам ресторан «Метрополь» на Садовой, и кондитерская «Север» на Невском проспекте занесены в «Красную книгу» памятных мест Петербурга: среди шестнадцати адресов два — наши.

GUIDE: Трепетно относитесь к традициям?

В. Б.: Сохраняем лучшее, тем более что нам есть что сохранять. К примеру, торт «Белая ночь», который особенно популярен у москвичей. Впрочем, туристы из других городов его тоже любят. У него срок реализации семь суток. И этот сладкий сувенир можно привезти из Петербурга в подарок — он выдержит перелет. Так вот, его рецептура была разработана на следующий год после нашей победы в Великой Отечественной войне. Ведь и тогда люди хотели сделать что-то прекрасное, и кондитеры придумали и подарили нам этот чудесный торт. Уникальная технология приготовления суфле на агаре со сливочным маслом, натуральный шоколад и песочная основа, этот рецепт мы сохранили неизменным.

Сегодня в нашей линейке тортов есть и другие, популярные с советских времен, — торты «Аврора», «Лунный», «Прага», пирожное «Север», традиционные рецепты, без удешевления за счет использования заменителей. Таким образом, поддерживаем нашу взрослую аудиторию.

Г: А некоторые критически относятся к общепиту СССР...

В. Б.: Ничего плохого там не было, до сих пор же говорят и вспоминают вкус, знакомый с детства. Поэтому традиции кондитерского производства мы сохраняем. Вот одна из них — преемственность поколений, что для нашего бизнеса очень важно. У нас есть «золотой фонд» — мастера, проработавшие на производстве по тридцать лет. Мы сотрудничаем с лицами, где отбираем кадры для прохождения практики — в перспективе стажеры переходят к нам. А опытные мастера передают секреты молодежи. Отмечу, что с каждым годом у детей больше интереса к таким профессиям, как повар и кондитер, больше мальчиков получает эти специальности. И это



АЛЕКСАНДР КОРЖКОВ

хорошо: красота пирожных и тортов рождается за счет тяжелого труда.

Г: Однако без привлечения новых потребителей существует вероятность обесценивания бренда.

В. Б.: Мы и развиваемся. В центре стало тяжело работать, появились проблемы с логистикой — к примеру, в арку на Садовой может въехать максимум полутонна «Газель», и мы вывели наше производство в Выборгский район, что позволило сократить часть издержек.

Мы сотрудничаем со всеми крупными сетями, наши кондитерские изделия можно попробовать и в столице, и в городах Северо-Западного региона. Становимся ближе к потребителю без снижения качества продукции. Пирожное из натурального масла и шоколада на полке сетевого магазина будет стоить семьдесят рублей, то есть продукт ресторанного качества, мы переводим в масс-маркет и занимаемся этим уже три-четыре года. В каком ресторане вам сделают аналогичное предложение? Можем сравнить с Западом. Там производство идет двумя путями — либо индустриализация: купили замороженный полуфабрикат и дома его приготовили, либо второй путь: ночью испекли и утром доставили в точки продаж. Мы соединяем оба направления: ручное производство, но индустриальные масштабы. Поэтому у нас в последние пять лет ежегодный прирост объемов продукции 5–7%.

Г: Планируете расширение — например, заняться продажей франшизы?

В. Б.: Нам поступало предложение от бизнесменов из Баку, и мы даже начали пере-

говори. Однако все уперлось в систему контроля. Производить качественные кондитерские изделия мы умеем, а вот как контролировать производство в другой стране, пока не знаем. Тем более что такая процедура серьезно удорожает проект. В конце концов, предпринимателям из Баку проект оказался финансово неинтересен.

Было еще одно предложение. В Петербург приезжал владелец торговой сети из Калифорнии, на переговоры его привезли в кондитерскую, куда мы поставляем продукцию. Американец, продегустировав «Северный мед», предложил нам поставлять в Штаты этот торт, но ничего не получилось: поставлять можно только замороженный полуфабрикат. А этот торт таким образом продавать не получится.

Возможно, в будущем мы вернемся к подобным проектам, может, в рамках региона или страны в целом.

Г: Вы зарегистрировали товарный знак «Север-Метрополь». Это федеральный или региональный бренд?

В. Б.: Скорее региональный или даже только петербургский. Нашу продукцию можно встретить только здесь. Чтобы съесть местный специалитет — булочку «Метрополь», туристу необходимо будет приехать в Петербург.

Г: А были ли попытки дискредитации вашего бренда или незаконного использования?

В. Б.: Нет, незаконного использования нашего товарного знака мы не встречали, а вот с попытками повторить рецепты, разработанные нашими кондитерами и

технологами, сталкивались. Некоторые коммерсанты пытались организовать производство торта «Северный мед», это наш лидер продаж, но не пошел бизнес: стоимость подделки, безусловно, ниже — используют растительные сливки и спреды, но качество, вкус существенно хуже. Или всем известное печенье «Курабье» — в магазинах оно продается по цене, равной сырьевой себестоимости, если его делать, как у нас, по ГОСТу. Что за чудо такое, из чего же оно сделано? Мы себе такого не позволяем — держим марку. Берем сливочное масло, натуральный мед, натуральный шоколад, орехи. Дорогая сырьевая основа, но торты и пирожные — не продукт повседневного спроса, это все-таки в некотором роде праздник вкуса. И нам нельзя обмануть ожидания наших покупателей.

Г: В городе постоянно открываются новые кондитерские, конкуренция растет. В чем ваше преимущество?

В. Б.: В использовании натурального сырья по максимуму и жестком контроле качества. Всю «молочку» мы ежедневно проверяем в аккредитованной лаборатории, прежде чем заключить договор о поставках сырья, тестируем его. Ищем лучшее сырье. Масло закупаем в Новой Зеландии и Уругвае: зарубежные производители изготавливают его с необходимой нам жирностью; отечественные, к сожалению, выпускают масло меньшей жирности. Из Чили везем чернослив, во Франции и Италии заключаем контракты на поставки шоколада. Конечно, есть российские поставщики: сливки, ягоды — те же клюква и брусника, но джемы варим сами.

Г: А новые проекты будут?

В. Б.: Уже есть. Около года существует собственное производство конфитуров, есть вишня с шоколадом, апельсин с курагой и медом, есть глинтвейн — они продаются в кафе-кондитерских «Север» и «Метрополь». Запустили производство конфет ручной работы с натуральным наполнением, мармелад изготавливаем только из натуральных фруктовых пюре и соков без добавления искусственных ароматизаторов и красителей. Печем австрийский хлеб — «Спельтовый», «Пурпурный», плетенку «День и ночь» из двух видов хлеба: один — для завтрака, другой — для ужина. Это продукция премиум-сегмента, а вообще мы корректируем наш ассортимент ежемесячно. В ближайшем будущем планируем открыть на Невском элкер-бар со сладкой продукцией из заварного теста со множеством начинок. Выпечка будет свежайшая, ее приготовят на глазах у посетителя и добавят начинку по его выбору. ■

«БЛОК»: ЗИМНЕЕ МЕНЮ И «МАНДАРИНОВЫЙ УДАР»

К ПЕРИОДУ ПРАЗДНИЧНЫХ ЗАСТОЛИЙ В МЕНЮ РЕСТОРАНА «БЛОК» АЛЕКСАНДРА РАППОПОРТА ПОЯВИЛОСЬ С ДЕСЯТОК НОВИНОК.



РОСТОВСКИЕ РАКИ И ГОЛУБЦЫ С НАЧИНКОЙ ИЗ МЯСА РАКОВ И КРЕВЕТОК

Например, салат с мраморной говядиной в азиатском стиле — пряный и острый; ростовские раки, уже присутствующие в некоторых популярных блюдах, теперь сочетаются с мясом креветок в начинке для голубцов. Солёные грузди из Владимира подаются со сметаной и чесноком, а жареные грибы-вешенки выступают в дуэте с маринованной цветной капустой — усложняет композицию кедровый орех и трюфельное масло. Заливное здесь готовят из трех видов мяса с яблочным хреном.

В ресторане, где представлена широчайшая карта стейков, добавить что-то

уже непросто, поэтому полем эксперимента стали российские морепродукты и рыба. Морского волка в «Блоке» подают с тыквенными гренками, щедро сдобренными икорным маслом. Устричный маринад, в котором слегка выдерживают филе рыбы, придает блюду тонкий нюанс во вкусе. В меню также запеченная зубатка с пророщенной полбой и лимонным сорго, поморский бутерброд с печенью налима, икрой и малосоленным лососем и другие блюда.

Нельзя умолчать о бычьих хвостах в соусе из красного вина. Блюдо надо есть руками, а соус тщательно со-

бирать кусочками домашнего белого хлеба.

С первых дней зимы во всех ресторанах Александра Раппопорта действует специальное меню под кодовым названием «Мандариновый удар». В «Блоке» цитрусовый фестиваль поддерживают десертом «Сливочная сфера с мандариновым чатни, фундуком и малиной» и праздничным коктейлем «Мандариновый дао». Начинка десерта из ароматного мандаринового чатни сбалансирована нежным сливочным вкусом мусса из ряженки, а шарик мандаринового сорбета завершает вкусовую композицию. ■

ЗИМА В «ГЕОГРАФИИ»

В СЕЗОННОМ МЕНЮ РЕСТОРАНА «ГЕОГРАФИЯ» ПОЯВИЛИСЬ ТРАДИЦИОННЫЕ БЛЮДА В ОРИГИНАЛЬНОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ИЗ ИНДИИ, ВЬЕТНАМА, КИТАЯ И ГРЕЦИИ.

Острый вкус цыпленка в экзотических специях в салате с печеными овощами сбалансирован ароматным йогуртовым соусом, а хрустящие спринг-роллы в китайском стиле — с овощами или курицей — раскрывают свой вкус в сочетании с азиатским соусом на основе листьев лайма, арахиса и кинзы. Традиционная греческая мусака с нежной бараниной здесь запекается вместе с цукини и баклажанами во французском белом соусе под пикантным миксом из двух видов сыра.

Домашние пельмени готовят вручную по традиционному рецепту, всего из шести ингредиентов. Но зимний хит «Географии» — это плов, приготовленный по традиционному рецепту, в настоящем казане, с бараниной — его подают с легким овощным салатом.

Что касается десертов, то есть и зимний экспериментальный — пряный ореховый кекс в паре с мороженым из кабачка и ярким свежим соусом из томленой клюквы. Интересную гастрономическую пару все эти блюда создают с фирменными «географическими» коктейлями. ■



ПЛОВ С БАРАНИНОЙ ПОДАЕТСЯ С ЛЕГКИМ ОВОЩНЫМ САЛАТОМ

В THE PERA ПРОШЕЛ ГЛАВНЫЙ УЖИН ДЕКАБРЯ

ЕГО ГОТОВИЛ ЁДЗИ ТОКУЁСИ — ЯПОНСКИЙ ШЕФ-ПОВАР МИЛАНСКОГО РЕСТОРАНА TOKUYOSHI, ОБЛАДАТЕЛЬ ОДНОЙ ЗВЕЗДЫ ГИДА MICHELIN.

То, что делает этот повар с продуктами, вряд ли можно сравнить с гастрономическим творчеством кого-то из его коллег. А все потому, что Ёдзи Токуёси (Yoji Tokuyoshi), во-первых, не фанат новых технологий и эффектов, а во-вторых, играет не только на нюансах вкусов и вовсе не создает японо-итальянский фьюжн — он соединяет куда более тонкие материи: традиции и культуры. Шеф говорит, что для него японская кухня — это вода, а итальянская — земля. Аква и terra. Японская ассоциируется с чем-то прозрачным, текучим, итальянская — корнями в земле с ее яркими ароматами и зависит от терруара, как вино. В его миланском ресторане готовят только из итальянских продуктов и не

используют ни сою, ни мисо. Зато к любому блюду вместо соуса отдельно подают небольшую емкость с бульоном или супом. А например, макрель «Гиотаку» с молоком из кедрового ореха, так поразившая всех на ужине, является не просто удивительно сервированной рыбой, но блюдом, посвященным японской культуре и данью уважения к продукту. На тарелке она представляет собой филе рыбы с хвостиком и головой, нарисованной на тарелке тонкими кружевными линиями. На самом деле, гиотаку — традиционный японский вид искусства, это художественные отпечатки рыб на бумаге. Сначала японские рыбаки таким способом фиксировали размер и вид пойманных рыб. Позже это стало искусством: рыбу покры-



вали влажной бумагой и наносили краску или тушь на выступающие части. Получилось оригинальное изображение.

В меню ужина также были канноло с треской, угорь с бульоном «Виа Эмилия», «Ризотто не ризотто» с бульоном из каперсов и другие блюда.

Ёдзи Токуёси известен среди профессионалов как правая рука Массимо Баттуры, лучшего шеф-повара мира 2016 года, с которым он трудился более десяти лет в ресторане Osteria Franceseana. После этого господин Токуёси открыл собственный ресторан в Милане под названием Tokuyoshi. Ресторан сразу же после открытия получил признание критиков и звезду гида Michelin. ■

ИЗ ЖИЗНИ ОТДОХНУВШИХ

2 ДЕКАБРЯ
2016 ГОДА ИД «КОММЕРСАНТЬ» ПРОВЕЛ ЗАКРЫТЫЙ ПОКАЗ ПЕРВОЙ В РОССИИ ВЫСТАВКИ АМЕРИКАНСКОГО ФОТОГРАФА АЛЛАНА ТАННЕНБАУМА «JOHN & YOKO: A NEW YORK LOVE STORY» В ГАЛЕРЕЕ KALLERY

Мероприятие состоялось при поддержке финской инвестиционной структуры Evli Bank, Промсвязьбанка и программы MasterCard «Бесценные города».

Гости вечера смогли лично познакомиться с известным фотографом-документалистом. Наибольшей известностью пользуются фотографии господина Танненбаума, сделанные в 1970-е годы в Нью-Йорке. В то время он запечатлел множество знаменитостей — Жаклин Кеннеди, Энди Уорхола, Мика Джаггера и многих других.

Одним из важнейших событий для Танненбаума стало знакомство и сотрудничество с Джоном Ленноном и Йоко Оно. Известно, что с 1975 года, после рождения сына Шона, великая пара неохотно позировала фотографам. Танненбаум пользовался особым доверием звездной семьи,

ему посчастливилось не только снимать на концертах, но и стать автором последней совместной фотосессии Джона и Йоко. На выставке было представлено около 40 фотографий, сделанных в период с 1975 по 1980 год.

Особенное значение имеет приезд самого фотографа в Петербург. Свидетель эпохи, беспристрастный репортер и тонкий художник, Аллан Танненбаум лично рассказал о своих работах, об общении с Джоном и Йоко и, конечно, о тех памятных осенних днях 1980 года.

Над созданием неповторимой атмосферы в галерее работали компания L'Rose, кейтеринговая компания «Комильфо», левитирующие конструкции FlyStand, аудиопартнер Seetouch Engineering, бюро переводов Lingua Contact и консъерж-служба Ginza Prime. ■



5

2

3

4

6



1_Ростеслав Леонтьев, директор филиала ООО «СИБУР» в Санкт-Петербурге (слева), Михаил Шурыгин, президент группы компаний NCA

2_Аллан Танненбаум, американский фотожурналист, Хелен Хантту и Надежда Маликова, private bankers, Evli Bank

3_Кристина Березовская, директор KGallery (слева) и Ирина Коган, арт-менеджер KGallery

4_Владимир Калявин, генеральный директор компании «Фацер» с супругой

5_Андрей Михно, заместитель управляющего по развитию розничного бизнеса Промсвязьбанка

6_Игорь Мельцер, ресторатор, Лев Авербах, генеральный директор, главный врач «Корис Ассистанс (Санкт-Петербург)», Алексей Кузнецов, генеральный директор СК «Капитал-Полис»

ФОТО: АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

КВАРТИРЫ БИЗНЕС-КЛАССА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

«Богемия»

Жилой дом в Московском районе



Смоленская улица, 14

М «Фрунзенская»

- ◆ Дом с переменной этажностью — от 7 до 14 этажей
- ◆ Квартиры со встроенными гардеробными
- ◆ Квартиры с видовыми террасами
- ◆ Высота потолков в квартирах до выполнения отделки — до 2,95 м
- ◆ Коммерческие помещения на первом этаже с собственными входами
- ◆ Тёплый подземный паркинг
- ◆ Закрытая благоустроенная территория
- ◆ Престижный район, центр города в пешей доступности

NEO

Жилой дом в Московском районе



Московское шоссе, 3

М «Звёздная»

- ◆ 15-этажный жилой дом у Пулковского парка
- ◆ Большой выбор видовых квартир
- ◆ Все квартиры с балконами или лоджиями — панорамное остекление
- ◆ Высота потолков в квартирах до выполнения отделки — до 3,18 м
- ◆ Индивидуальные кладовые на первом этаже
- ◆ Двухуровневый тёплый подземный паркинг
- ◆ Закрытая благоустроенная территория
- ◆ Престижный район — Аэропорт «Пулково» в 15 мин. езды на автомобиле

«Европа Сити»

Жилой комплекс в Петроградском районе



проспект Медиков, 10

М «Петроградская»

- ◆ 17 корпусов с индивидуальной облицовкой фасадов
- ◆ Квартиры с европланировками и большими кухнями
- ◆ Отделка «под ключ» в светлой и темной гамме на выбор
- ◆ Высота потолков в квартирах до выполнения отделки — до 2,85 м
- ◆ Коммерческие помещения с отдельными входами с улицы
- ◆ Тёплый подземный паркинг
- ◆ Первые дома уже заселены
- ◆ На территории комплекса открыт детский сад с бассейном
- ◆ Метро «Петроградская» — 10 минут пешком
- ◆ Поблизости Лопухинский и Ботанический сады для прогулок

«Три ветра»

Жилой комплекс в Приморском районе



улица Савушкина

М «Старая деревня»

- ◆ 3 жилых дома, обособленно расположенных на берегу залива
- ◆ Квартиры с панорамным остеклением и видами на воду
- ◆ Высота потолков в квартирах до выполнения отделки — до 3,00 м
- ◆ Собственная закрытая территория с двумя тихими дворами
- ◆ Кладовые помещения на первых этажах в двух домах
- ◆ Коммерческие помещения на первом этаже одного из домов
- ◆ Крытые многуровневые и подземный паркинги
- ◆ Престижный район для бизнеса и досуговой активности
- ◆ Прекрасная транспортная доступность, рядом выезд в курортные районы

Центр продаж: Кирочная ул., 39
Офис продаж: Невский пр., 68

(812) 325 01 01 LSR.RU

«Богемия», NEO, «Три ветра»: Проектные декларации на сайте: www.lsr.ru. Застройщик: ООО «ЛСР. Недвижимость-СЗ». Свидетельство №0109.03-2009-7826090547-С-003 от 07.02.2013

«Европа Сити»: Проектная декларация на сайте: www.6888888.ru. Застройщик ОАО «СКВ СПб». Свидетельство № 0010.02-2009-7803048130-С-003 от 26.01.2012 Реклама

ФЗ №214

