ЭЛЕМЕНТ ИМИДЖА

ДЕВЕЛОПЕРЫ В ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ УДЕЛЯЛИ ВСЕ БОЛЬШЕ ВНИМАНИЯ МЕСТАМ ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ (МОП) И ВХОДНЫМ ГРУППАМ В СВОИХ ПРОЕКТАХ. ПРИЧЕМ ЕСЛИ ДЕСЯТЬ ЛЕТ НАЗАД В ОСНОВНОМ НА ОФОРМЛЕНИЕ МОПОВ ТРАТИЛИСЬ ЗАСТРОЙЩИКИ, РАБОТАЮЩИЕ В ПРЕМИАЛЬНОМ СЕГМЕНТЕ, ТО В ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ ДОЛЯ ОБЩЕДОМОВОГО ИМУЩЕСТВА В ОБЩЕЙ ПЛОЩАДИ СТРОЕНИЙ РОСЛА И В БОЛЕЕ ДЕМОКРАТИЧНЫХ СЕГМЕНТАХ. СЕГОДНЯ, НЕСМОТРЯ НА ТО, ЧТО СТРОИТЕЛЯМ НЕОБХОДИМО СОКРАЩАТЬ ИЗДЕРЖКИ, МОПЫ ВСЕ РАВНО ОСТАЮТСЯ ВАЖНЫМ ЭЛЕМЕНТОМ ИМИДЖА НОВОГО ДОМА. ЭКОНОМИТЬ НА НЕМ ЗАСТРОЙЩИКИ НЕ РЕШАЮТСЯ. КИРИЛЛ ОРЛОВ

Современные жилые комплексы все чаще воспринимаются не как совокупность отдельных квартир, а как полноценная среда для жизни с продуманной инфраструктурой и эстетикой. Пространства общего пользования — от входных групп до придомовой территории — перестают быть утилитарной «серой зоной» и становятся важной частью продукта, влияющей на восприятие проекта, уровень комфорта жителей и репутацию девелопера.

К МОПам относятся и лифтовые холлы, и лестничные площадки, и другие места в здании и на прилегающей территории, но с точки зрения дизайна наиболее важными стали именно лобби, считает Александр Шнурко, операционный директор ООО «Монзе».

Павел Мельников, директор департамента развития проектов Setl Group, отмечает, что доля мест общего пользования в структуре многоквартирного дома варьируется в зависимости от класса и размера объекта.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ЧЕМ ВЫШЕ СТАТУС ЖИЛЬЯ, ТЕМ БОЛЬШУЮ ПЛОЩАДЬ ЗАСТРОЙЩИКИ ОТВОДЯТ ПОД МЕСТА ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ

НЕ ТОЛЬКО КОРИДОРЫ

«Современные МОПы уже не ограничиваются коридорами, лестничными площадками и лифтами. Активно появляются новые пространства и функции: коворкинги и комнаты для работы; зоны отдыха и лаундж-пространства; мойки для лап питомцев; колясочные и велосипедные; помещения для хранения (келлеры); детские комнаты, мини-клубы и залы для собраний жильцов; комнаты для мастер-классов и арт-студии. В премиальном и элитном сегменте можно встретить портье, отдельные переговорные залы, зимние сады, мини-рестораны и интеграцию с сервисами „умного дома“»,— рассказывает господин Мельников.

За последние годы оформление МОПов вышло на новый уровень: отделка выполняется по индивидуальным дизайн-проектам, применяются натуральные и премиальные материалы, преобладают светлые и яркие цвета, панорамное остекление, озеленение, декоративные акценты (панно, зеркала с подсветкой).

«Наиболее оригинальные решения сегодня встречаются там, где акцент делается не только на функциональности, но и на вау-эффекте: холлы с настоящими каминами и аквариумами, встроенная мягкая мебель с негорючей отделкой, особые дизайнерские зоны с живыми растениями или вертикальными садами, высокотехнологичные МОПы с интеграцией мультимедиа и цифровой навигации»,— перечисляет господин Мельников.

Алия Ханбекова, директор департамента элитной жилой недвижимости NF Group в Санкт-Петербурге, говорит, что доля МОПов растет, и это особенно заметно в проектах высокого класса. Чем выше статус жилья, тем большую площадь застройщики отводят под места общего пользования. «Сегодня ценится не только функциональность, но и эстетика: высокие потолки, эффектные входные группы, просторные лобби — все это создает ощущение „роскоши пустоты“, как метко выразился один из девелоперов. Большие площади позволяют разместить разнообразную инфраструктуру для жителей — от лаундж-зон и коворкингов до спа и детских комнат. Поэтому рост доли МОПов — это не просто тренд, а отражение стремления девелоперов подчеркнуть премиальность и создать дополнительную ценность для жителей»,— рассуждает госпожа Ханбекова.

Анжелика Альшаева, коммерческий директор ГК «КВС», констатирует: «В последние годы подход к проектированию и обустройству мест общего пользования в жилых комплексах претерпел существенные изменения. Сегодня МОПы должны сочетать в себе не только эстетическую привлекательность, но и высокую функциональность. Важным аспектом при проектировании МОПов становится безопасность, включая установку систем видеонаблюдения, качественного освещения и контроля доступа на территорию жилого комплекса. Не менее значима инклюзивность: МОПы должны быть доступны для всех жителей, включая маломобильные группы населения. Это подразумевает установку пандусов, лифтов и тактильной плитки, что делает пространства комфортными и удобными для каждого».

СОПЕРНИЧЕСТВО КОНЦЕПЦИЙ

В условиях высокой конкуренции девелоперы соперничают не просто на поле квадратных метров, но и в области оригинальных концептов для МОПов. «Конечно, мебель в холле не считается главным фактором принятия решения о покупке, но играет значимую роль в эмоциональном плане. Первое впечатление от дома очень важно: когда будто попадаешь в фойе дорогого отеля. Мы отмечаем рост числа запросов от застройщиков на меблировку МОПов не только в высокобюджетном сегменте, но и в жилых комплексах классов „комфорт“ и „комфорт плюс“»,— рассказывает господин Шнурко.

Так, по его оценкам, начиная с 2024 года эту опцию для массового сегмента застройщики стали заказывать в два раза чаще. Девелоперам нужно выделить свой продукт с помощью интересных «фишек» на фоне снижения спроса после отмены льготной ипотеки, полагает эксперт.

К числу оригинальных решений, по мнению господина Шнурко, можно отнести появление ресепшен-зон для консьержей в лобби жилых комплексов массового сегмента. Раньше они были обязательной опцией только в дорогих проектах. С 2024 года стойками стали оснащать уже около 80% реализуемых комплексов комфорт-класса, подсчитал он.

«К базовому набору мебели относится диван или несколько кресел и небольшой стол. Интерьер лобби могут дополнять дизайнерские столики, пуфы, книжные стеллажи, картины, необычные элементы освещения, яркие акценты в декоре. Что касается цветовых решений, то они зависят от дизайн-концепции конкретного жилого комплекса. Однако преимущественно застройщики выбирают теплые, спокойные тона»,— рассказывает господин Шнурко.

При этом он отмечает, что за последний год девелоперы стали уделять особое внимание качеству мебели и выбору материалов, из которых она сделана, понимая, что скупой платит дважды. Ведь МОПы — это зона активного использования. «Поэтому мебель может быть достаточно простой и лаконичной, но качественной. В этом случае интерьеры не выглядят морально уставшими уже через год, они будут „красиво стареть“ вместе с домом»,— объясняет он.

Управляющий партнер аналитического агентства «ВМТ Консалт» Екатерина Косарева подсчитала, что доля МОПов в домах эконом-класса составляет 10–25% от площади дома. В новостройках комфорт-класса — от 20% и выше, в премиальных проектах — до 50%. «Тут уместнее говорить не о соотношения площадей, а об их наполнении и, соответственно, о доле МОПов в стоимости проекта (от 2% для эконом-сегмента до 15–20% для премиум-класса)»,— указывает она.

ТРЕНД НА ДЕМОКРАТИЗАЦИЮ

Госпожа Косарева отмечает общий тренд на демократизацию. Если раньше просторные колясочные, велосипедные, кладовые и лапомойки были атрибутом комфорт-класса и выше, то сейчас в этом сегменте подобные места становятся обязательными, а души для домашних питомцев можно встретить и в проектах эконом-класса. «Внедрение „фишек“ более высокого класса в оборудовании общественных пространств обусловлено желанием отстроиться от конкурентов. Соответственно, растут затраты застройщиков на МОПы»,— говорит она.

Так, лобби и консьерж-сервис, ранее характерные для домов начиная с бизнес-класса, теперь встречаются и в новостройках класса ниже. «Да, отделка и площади там более скромные (не камень и не мрамор), тем не менее такие проекты есть в доступных сегментах,— отмечает эксперт.— Некоторые застройщики бережно относятся к истории города, где реализуют проекты, и это „добавляет очков“ при выборе места. Так, петербургская компания ЦДС в проекте Parkolovo на границе Выборгского и Приморского районов оформила лобби в стиле знаменитых петербургских парадных».

Дмитрий Ефремов, начальник управления продуктового менеджмента и маркетинговых исследований компании «Главстрой Санкт-Петербург», считает, что МОПы сегодня становятся своеобразным продолжением квартиры — как по качеству оформления, так и по удобству для повседневного использования. «Планировочные решения эволюционируют: обязательным становятся опции безбарьерной среды (сквозные парадные, минимизация порожков и ступеней), которые комфортнее для родителей с колясками и маломобильных граждан. Входные группы проектируются просторнее, получают панорамное остекление, а иногда даже оснащаются собственными зонами озеленения или малыми архитектурными формами. Все это уже воспринимается как инвестиция девелопера в создание качественной жилой среды»,— перечисляет он.

Рынок движется к тому, что комфорт в МОПах становится фактором выбора квартиры, особенно у семейной аудитории и молодых покупателей. По данным исследований, более 60% клиентов отмечают, что оформление и функциональность входной группы и мест общего пользования влияют на решение о покупке. Поэтому современные девелоперы рассматривают МОПы не как затратную часть проекта, а как важный элемент конкурентных преимуществ, резюмирует господин Ефремов. ■