

Forbes REAL ESTATE

№3, 2026

ГОРОДА БУДУЩЕГО: КАКОЙ МИР СТРОЯТ ДЕВЕЛОПЕРЫ И АРХИТЕКТОРЫ | ЭЛИТНОЕ ЖИЛЬЕ: БАЗОВЫЙ НАБОР И ДОБАВОЧНАЯ СТОИМОСТЬ | ЦЕЛЬ ДЛЯ ПУТЕШЕСТВИЙ: ПЕРСПЕКТИВЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ





НИКОЛЬ | ЛЮЧЕ | КЛО 17 | КЛИМАШКИНА 7/11 | ФОРУМ

Коллекция MR Private — тщательно отобранные лоты, собранные в архитектурную галерею, где каждый объект обладает уникальным характером и эстетической ценностью.

Почувствуйте себя коллекционером подлинных произведений архитектуры.



+7 (495) 019-49-41

Реклама 0+. Застройщик ООО «СЗ «Б-Холдинг», ООО «СЗ «ОПТИМА», ООО «СЗ ДИНВЕСТ», ООО «СЗ-КСР», ООО «СЗ «К7/11». Проектные декларации на сайте наш.дом.рф. *MR Прайват.



НИКОЛЬ

Изящный союз роскоши и богатой истории места. Уникальный архитектурный ансамбль из трех исключительных объектов, каждый со своим характером: Николь Клуб, Николь Резиденция и Николь Коллекция. Они олицетворяют новую эстетику и премиальный уровень жизни, которые может предложить современный город.



КЛИМАШКИНА 7/11

Клубный семейный дом с ультрасовременной архитектурой, в которую оправлена антикварная редкость — полностью сохраненный фасад особняка XIX века. Здесь прошлое встречается с настоящим, превращая Климашкина 7/11 в уникальное пространство для жизни.



ЛЮЧЕ

Проект вне времени, расположенный в историческом центре Москвы, в Крестовоздвиженском переулке. Он создан для семей и последующих поколений. Автором архитектуры стал знаменитый Марко Казапонти, который смог умело соединить современность и историческое наследие, привнеся в проект с русской душой настоящий итальянский характер.



КЛО 17

Идеальный семейный дом в тихом Староваганьковском переулке Москвы. Закрытый мир элегантности, где каждая деталь пропитана духом французской классики и московского исторического наследия.



ФОРУМ

Клубный дом на Цветном бульваре. Архитектурная доминанта, окруженная насыщенным благоустройством. В лучших традициях клубных домов MR Private реализовал продуманные планировки — с комнатами для всех членов семьи и просторными террасами. Премиальная отделка квартир разработана с использованием исключительно натуральных материалов премиум класса. Форум - Ваш адрес среди лучших мест Москвы.



ПАЛАЦО ДЕ АГОЙ

ГРАНД ОТЕЛЬ • КУРОРТ • СПА



СТАТУС, КОТОРЫЙ ГОВОРИТ ЗА ВАС



*Domina - Международный отельный оператор | Первая береговая линия
Приватный пляж 33 тыс. м² | Wellness-центр превентивной медицины 2 тыс.м²
Парк развлечений 3 тыс. м² | SPA 2,2 тыс.м²*

РЕКЛАМА. ПРОЕКТ РЕАЛИЗУЕТСЯ ПО ДДУ С ЭСКРОУ-СЧЕТАМИ В ПАО «СБЕРБАНК» ПО Ф3-214.
ЗАСТРОЙЩИК ООО «СЗ "ЮГ"». С ПРОЕКТНОЙ ДЕКЛАРАЦИЕЙ МОЖНО ОЗНАКОМИТЬСЯ НА САЙТЕ НАШ.ДОМ.РФ.



ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПАРКИ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

ОТ ДЕВЕЛОПЕРА ЛАЙТ ИНДАСТРИАЛ №1 *

7 ПАРКОВ
в Московском регионе

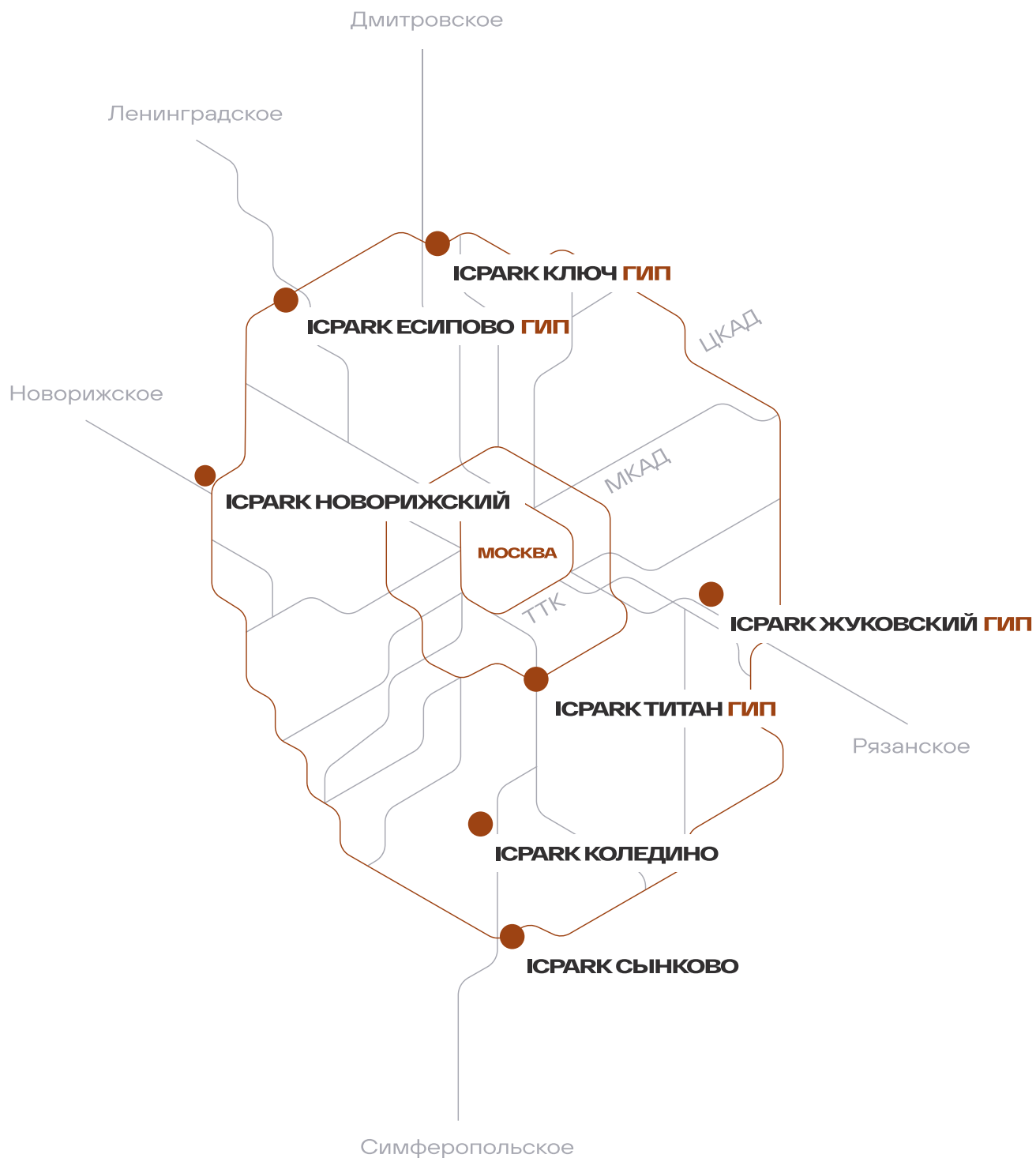
6 УНИКАЛЬНЫХ ФОРМАТОВ
с авторской архитектурой

ФОРМАТ

URBAN

* по версии премии Рекорды рынка недвижимости 2026 г

**INDUSTRIAL
CITY**



А В И У М



ОФИСЫ КЛАССА А

1 минута

ОТ МЦК ЗОРГЕ

59 - 1 345 м²

РАЗНООБРАЗНЫЕ ФОРМАТЫ ОФИСОВ

7 000 м²

КОММЕРЧЕСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

1,2 га

ПРОГУЛОЧНЫЙ ПАРК

18+



avium.ru

+7 [495] 106 20 77

РЕКЛАМА. ЗАСТРОЙЩИК: ООО СЗ «ЗОРГЕ».
ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА НАШ.ДОМ.РФ

НЕОМЕТРИЯ

А

Агентство стратегических инициатив **26, 27**
 Агентство стратегического развития «Центр» **17, 27, 31, 47**
 Адли Мазда **30**
 Айсин Антон **47**
 Академия городских технологий
 «Среда» **17, 23, 54**
 Акатова Елена **66**
 Акутова Ирина **60**
 Алексеева Татьяна **62**
 Альтман Кристина **35**
 Альянс отель менеджмент **59**
 Ананьев Андрей **43**
 Андреева Екатерина **70**
 Артемьева Екатерина **42**
 Архистра **18**
 Ассоциация торговой недвижимости и экспертов рынка ретейла **70**
 Аструм **70**
 АТОР **55**
 Ашихмин Григорий **40**
 Ашихмин и партнеры **40**

Б

Банников Станислав **33**
 Барамыгина Наталья **67**
 Белова Татьяна **58**
 Биба Александр **58**
 Бобков Денис **44**
 Богданов Яков **27**
 Борисов Юлий **24**

В-Г

Валеев Эрик **20**
 ВЕЩЬ! **17, 50**
 Волынцев Андрей **18**
 Всеостройке.рф **63**
 Галс-Девелопмент **12, 16, 41**
 Гендельсман Александр **58**
 Георгиевский Сергей **17, 31, 47**
 Герасимов Денис **45**
 Гранель **70**
 Грицан Ольга **27**
 Грицкова Марина **66**

Д-Ж

Дорохина Дарья **17**
 Дрожалин Арсений **62**
 Дюйсен Винсент Ван **78**
 Ефимов Алексей **54**
 Жарова-Райт Ирина **38**

Железнов Дмитрий **28**
 Жлоба Алексей **28**
 Журавлев Никита **44**

З-И

Зубова Юлия **54**
 Иванова-Сорокина Мария **64**
 Ильюхина Елизавета **66**
 Илья Мочалов и Партнеры **65**
 Императорский фарфоровый завод **78**
 Институт когнитивных наук ВШЭ **30**
 Истоки **57**

К

К8 Комплексный девелопмент **55**
 Капинос Роман **28**
 Карачин Игорь **27**
 Керимова Надежда **30**
 Киселев Арсений **17**
 Клавихо-Телепнев Владимир **40**
 Клименко Петр **29**
 Ключарев Василий **30**
 Ковалев Владимир **63**
 Кокорев Роман **70**
 КОРПРОС **28**
 Кошак Дмитрий **69**
 Крупный план (KPLN) **20**
 Кубрава Руслан **18**
 Куликова Анна **73**
 Культура Света **52**
 Кутай Мария **17, 50**

Л-М

Лайм **45**
 Лобжанидзе Сергей **45**
 Лоренц Даниил **18**
 ЛСР **29**
 Люлин Павел **70**
 Мантера **59**
 Метриум **45**
 Метриум Премиум **34**
 Мирзаханов Булат **24, 46**
 Михайлов Андрей **20**
 Могилевская Олеся **17**
 Московский центр урбанистики «Город» **22**
 Мочалов Илья **65**
 Мухин Андрей **41**

Н-О

Наливайко Екатерина **23, 45**
 Недвижимость-Профи **44**
 Непомнящих Ксения **60**

Николаева Мария **18, 38, 74**
 Нилиповская Диана **39**
 Новалур **17**
 Новикова Дарья **52**
 Ньюман Екатерина **66**
 Нюхалов Сергей **70**
 Олимппроект **63**
 Онищенко Дмитрий **65**
 Опрышко Светлана **63**
 Осецкая Татьяна **17**
 Основа **33**
 Охмат Артем **31**

П-Р

Павлик Ольга **67**
 Петрухин Артем **48**
 Плато Девелопмент **33**
 Плейер Гари **61**
 Плотникова Галина **23**
 Поле полей **65**
 Прасов Вадим **59**
 Пронина Ирина **31**
 Проскурин Дмитрий **45**
 ПРОСТРАНСТВА (SPACES) **20**
 Прошунин Андрей **54**
 Раджабова Анна **34**
 Расходчиков Алексей **22**
 Ромашкин Сергей **55**

С-Т

Савиных Валерия **20**
 Салов Александр **74**
 Самсонов Максим **62**
 Санду Алексей **18**
 Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет **30**
 Саурин Евгений **58, 70**
 Сафиуллин Игорь **65**
 Сбер **55**
 Севалкина Ирина **68**
 СЗ «Стадион «Спартак» **29**
 Сибренков Игорь **33**
 Скоморовский Евгений **34**
 Соковых Александр **73**
 Сообщники **42**
 Стариков Александр **18**
 Старченко Татьяна **73**
 Степанцов Павел **47**
 Ташир Эстейт **62**
 Территория
 Притяжения **28**
 Тряскина Юлия **24**
 Тюгаев Георгий **20**

У-Ш

Удад Кхир **61**
 Уханова Яна **59**
 ФСК Family **31**
 ФСК Регион **28**
 Хакбердиева Евгения **70**
 Халин Дмитрий **34**
 Харкевич Ксения **67**
 ХОД Консалтинг **23**
 Хорьков Михаил **23**
 Хохлов Аркадий **62**
 Хочу квартиру **44**
 ХСА/INDUSTRIAL CITY **48**
 Цогоев Артем **66**
 Цыркин Борис **31**
 Шапиро Олег **29, 31**
 Широкова Ольга **56**
 Шишнина Алиса **67**

A-D

ABD architects **69**
 ALD Landscapes **65**
 Alean Collection **75**
 AREA **34, 38**
 AZIMUT Hotels **58**
 Vaccarat **77**
 bnMAP. Pro **45**
 Bright Rich **70**
 CM International **27, 47**
 CMWP **59, 60**
 CONTINUUM **17**
 CORE.XP **60**
 Cosmos Hotel Group **58**
 Daum **76**
 Digniori Arts **62**
 Divan.ru **79**
 DNK ag **18**

F-N

FANTALIS Architects **73**
 FORMA **67**
 Fornasetti **77**
 FULLHOUSEDESIGN **64**
 Grether & Wells **79**
 HADAA **20**

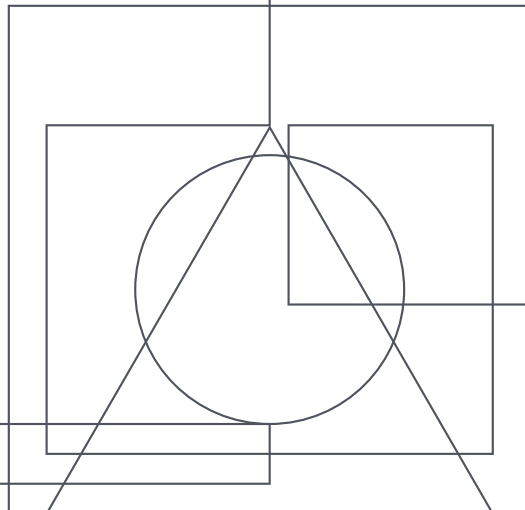
IBC Real Estate **54, 58, 70**
 Intermark Городская Недвижимость **34**
 Invest7 **67**
 IQ **20**
 KANVA Moscow **18**
 KUBRAVA PROJECT MANAGEMENT **18**
 Level Group **31**
 Lyvin Properties **73**
 MAD Architects **18, 38, 74**
 Molteni&C **78**
 MR Private **35**
 Nedvex **73**
 'nefa'architects' **29**
 NF Group **38, 56, 62, 66, 70**
 Noco **62**

O-T

Orascom Development **61**
 Osetskaya.Salov **17, 74**
 PIONEER **31, 67**
 Plus Development **23, 45**
 Professional FM **67**
 Q1 Group **66**
 RealJet **70**
 Reportage **12, 16**
 Stefano Ricci **77**
 STONE **66**
 STONE Office **68**
 Synopsis Group **47**
 Syntaxis **18**
 Togas **79**

U-Z

UDS **24, 46**
 UNK **24**
 UNK interiors **24**
 Venini **77**
 VOS'HOD **39**
 West Wind Group **66**
 Wowhaus **29, 31, 73**
 Ziggurat Development **63**
 Zont Hotel Group **58**



SEZAR TOWER

ОФИСНЫЙ ЦЕНТР
КЛАССА «ПРАЙМ» В МОСКВА-СИТИ

СТАРТ ПРОДАЖ



РЕКЛАМА

ОФИСНЫЙ ЦЕНТР "СЕЗАР ТАУЭР". ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ И ИП.



СЛОВО РЕДАКТОРА 12



ТЕМА НОМЕРА

ПОСЛЕДНИЕ РОМАНТИКИ БЕТОННОГО ВЕКА

Архитекторы и школьники о том, какой мир мы хотим построить 16

КТО БУДЕТ ЖИТЬ В ГОРОДАХ БУДУЩЕГО

Почему бизнесу стоит учитывать демографические тренды 22



ГОРОДСКАЯ СРЕДА

КТО СТРОИТ СЧАСТЬЕ В РЕГИОНАХ

Как развивается рынок недвижимости и формируется комфортная среда в российских городах 26

КРУГОМ ВОДА

Как город осваивает свои прибрежные и островные территории 29

КАК ГОРОД ДЕЙСТВУЕТ НА НЕРВЫ

Основные постулаты нейроурбанистики применительно к градостроительной практике 30



ЖИЛАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

ТИПОВОЙ ПРЕМИУМ

Что сегодня входит в базовый набор элитного жилья 32

ЧТО КРОМЕ БЕТОНА

Кристина Альтман, директор по маркетингу MR Private, о том, что в делюкс-сегменте продают больше, чем просто жилую функцию 35

МАНЯ ДУХАМИ И ТУМАНАМИ

Разбираемся в иерархии ценностей покупателя элитной недвижимости 38

КВАДРАТНЫЙ МЕТР ПРИОБРЕТАЕТ «ЦИФРОВУЮ ГРАНЬ»

Андрей Мухин, генеральный директор компании «Галс-Девелопмент», о том, как цифровые решения преобразуют пространства 41

КРАСОТА — СТРАШНАЯ СИЛА ПРОДАЖ: КАК АРТ-ОБЪЕКТЫ РАБОТАЮТ НА ДЕВЕЛОПЕРОВ

Представляем галерею от девелоперов премиального жилья 42

ИСПЫТАНИЕ ЛИДЕРСТВОМ: ЧТО ЖДЕТ ЖИЛЬЕ БИЗНЕС-КЛАССА В МОСКВЕ

Драйверы спроса в сегменте 44



ЭКСПЕРТЫ ГОВОРЯТ

50 ОТТЕНКОВ БУДУЩЕГО: УРБАНИСТЫ ЗАГЛЯДЫВАЮТ В 2075-Й

Конкурировать за высокий человеческий капитал городам будет сложнее 47

ИНФРАСТРУКТУРА НОВОЙ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ

Артем Петрухин, партнер ХСА/INDUSTRIAL CITY, о том, где будет жить новая российская промышленность 48



ГЕОМЕТРИЯ ЖИЗНИ [ГЛАВА 1]. ФИЛЬМ, СНЯТЫЙ В ПАЛАЦЦО МОЛТЕНИ, МИЛАН.
moltenigroup.com



ОТСКАНИРУЙТЕ QR-КОД ДЛЯ КОНТАКТОВ

An Italian Design Story

Molteni & C

СВОБОДА ПОД КУПОЛОМ

Мария Кутай, сооснователь архитектурного бюро «ВЕЩЬ!»,
о том, как идеи научной фантастики меняют городскую среду 50

СВЕТ В КОСМИЧЕСКОЙ АРХИТЕКТУРЕ: ФУНДАМЕНТ ДЛЯ ЖИЗНИ ЗА ПРЕДЕЛАМИ ЗЕМЛИ

Дарья Новикова, коммерческий директор и управляющий партнер бюро
«Культура Света», о том, как сделать жизнь в космосе комфортной 52



ТУРИСТИЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

КУДА Поедем?

Пять перспективных российских туристических кластеров для требовательных
путешественников 54

ТЕХНОЛОГИИ КОМФОРТА

Как в Ессентуках высокий уровень медицины сочетают с камерной атмосферой
классического курорта 57

ОТЕЛИ БЕЗ ПОДСТРАХОВКИ

Как российская индустрия гостеприимства отстраивает бизнес-процессы 58

СПОКОЙСТВИЕ КАК НОВАЯ РОСКОШЬ

Курорт в Черногории с размеренной жизнью небольшого приморского города ... 61



ЗАГОРОДНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

ФАЗА ОБНОВЛЕНИЯ

Рынок загородной элитной недвижимости в немалой степени
ориентируется на модные тренды 62

РУССКАЯ УСАДЬБА 2.0

Природа становится главным дизайнером российских загородных ландшафтов ... 64



КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

ОФИСЫ В НАРЕЗКУ: ИНВЕСТИЦИЯ С ОГОВОРКАМИ

Формат для частных инвесторов стремительно развивается,
но так ли выгодны эти инвестиции 66

НОВАЯ ДНК ДИЗАЙНА

Дмитрий Кошак, главный архитектор проектов ABD architects:
чем «умнее» офис, тем выше шанс, что что-то пойдет не так 69

НЕ ВОЗРАСТ, А КОНЦЕПЦИЯ

Как торговые центры ищут новую роль для себя 70



ДИЗАЙН

ЛОКАЛЬНОСТЬ, ЭКОЛОГИЧНОСТЬ И КАСТОМИЗАЦИЯ: ВИЗИОНЕРСКИЕ ТРЕНДЫ В ДИЗАЙНЕ ОТЕЛЕЙ

Что будет определять интерьеры отелей в горизонте 5–10 лет 72

АРХИТЕКТУРА ЧУВСТВ

На первый план в дизайне выходят тактильность и атмосфера 76

ДИАЛОГИ С ТРАДИЦИЕЙ

Почему дизайн все чаще обращается к истории, вписывая стили прошлого
в современные пространства 78

☎ *1124



РЕКЛАМА

АФИ ПРОМ

НОВЫЙ ФОРМАТ
ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПОМЕЩЕНИЙ

УНИКАЛЬНЫЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС В МОСКВЕ

ВВОД В 2026 г.

4 этажа

С ПАРКИНГОМ
НА КРЫШЕ

800–25 000 м²

КОММЕРЧЕСКИЕ БЛОКИ
В ПРОДАЖЕ

2 авторампы

С ДОСТУПНОСТЬЮ ГРУЗОВОГО
ТРАНСПОРТА НА КАЖДЫЙ ЭТАЖ

АБК

ВЫПОЛНЕН ВВИДЕ АНТРЕСОЛЕЙ
НА ОТМЕТКЕ +4 М

1,5–4 т/м²

НАГРУЗКА НА ПОЛ

7 м

ВЫСОТА ПОТОЛКА



Вот интересно, кто кому больше будет завидовать: мы жителям мегаполисов будущего или они нам? То есть мы — искусственно-интеллектуальной выверенности и экологической безупречности их мира, всем этим роботам-помощникам, способным трансформироваться зданиями и многоуровневым транспортным системам? Или они — нашей творческой спонтанности и умению практически вручную создавать архитектурные шедевры, дерзости наших небоскребов, бросающих вызов гравитации, нашим красивым градостроительным ошибкам, на века вписанным в городские панорамы?

В этом номере Forbes Real Estate мы вместе с экспертами рассуждаем о будущем. О совсем недалеком, черты которого уже сегодня видны в строящихся зданиях бизнес-центров, инфраструктурном меню открывающихся гостиниц и ландшафтном дизайне загородных придомовых участков или в работах участников конкурса «Архитектура: фото&диджитал. Иллюзия совершенства», организованного ГК «Галс-Девелопмент» при экспертной поддержке Галереи авторской фотографии Reportage, которые украсили страницы журнала. И о далеком, но уже заставляющем наших современников задуматься, какое жилье потребуется колонистам Марса и какие признаки будут отличать единую планетарную агломерацию. Мы приглашаем своих читателей заглянуть на 50–100 лет вперед — понравятся ли вам перспективы, нарисованные игроками рынка недвижимости.

ВАЛЕРИЯ МОЗГАНОВА,
приглашенный шеф-редактор
Forbes Real Estate



Forbes REAL ESTATE

ПРЕЗИДЕНТ FORBES RUSSIA

МАГОМЕД МУСАЕВ

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

НИКОЛАЙ ДМИТРИЕВИЧ МАЗУРИН

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР

МАРИНА МАТЫЦИНА

ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР

ДЕНИС КОШКИН

КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР ПЕЧАТНЫХ

ИЗДАНИЙ ЕКАТЕРИНА БУХТИЯРОВА

КОММЕРЧЕСКИЙ ДИДЖИТАЛ-ДИРЕКТОР

МАРИНА СЕМЕНОВА / ADSALES@FORBES.RU

РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА РАСПРОСТРАНЕНИЯ

ЛЮДМИЛА ШВЕЦ / ТЕЛ.: +7 495 565 32 06

16 +

РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ ВМЕСТЕ С ЖУРНАЛОМ FORBES

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ ЖУРНАЛА:

АО «АС РУС МЕДИА»

РЕДАКЦИЯ НЕ ИМЕЕТ ВОЗМОЖНОСТИ ВСТУПАТЬ В ПЕРЕПИСКУ, РЕЦЕНЗИРОВАТЬ И ВОЗВРАЩАТЬ НЕ ЗАКАЗАННЫЕ ЕЮ РУКОПИСИ И ИЛЛЮСТРАЦИИ. РЕДАКЦИЯ НЕ НЕСЕТ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА СОДЕРЖАНИЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ.

ПЕРЕПЕЧАТКА МАТЕРИАЛОВ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИХ В ЛЮБОЙ ФОРМЕ, В ТОМ ЧИСЛЕ И В ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ, ВОЗМОЖНЫ ТОЛЬКО С ПИСЬМЕННОГО РАЗРЕШЕНИЯ РЕДАКЦИИ.

©2026 АО «АС РУС МЕДИА»

ТОВАРНЫЙ ЗНАК FORBES ЯВЛЯЕТСЯ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ FORBES MEDIA ASIA PTE. LIMITED

ОТПЕЧАТАНО: ПЕРВЫЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ КОМБИНАТ, 143405, МОСКОВСКАЯ ОБЛ., КРАСНОГОРСКИЙ Р-Н, П/О КРАСНОГОРСК-5, ИЛЬИНСКОЕ ШОССЕ, 4-Й КМ
FORBES REAL ESTATE. №3 2026.
ТИРАЖ 20 000 ЭКЗ. ЦЕНА: БЕСПЛАТНО
ДАТА ВЫХОДА 25.06.2026
ПО ВСЕМ ВОПРОСАМ, СВЯЗАННЫМ С ИЗДАНИЕМ ЖУРНАЛА И РАБОТОЙ ИЗДАТЕЛЬСТВА, ЗВОНИТЬ ПО ТЕЛЕФОНУ: +7 495 565 32 06

АДРЕС РЕДАКЦИИ, УЧРЕДИТЕЛЯ И ИЗДАТЕЛЯ:

123022, МОСКВА, 2-Я ЗВЕНИГОРОДСКАЯ УЛ., Д. 13, СТР. 15, ЭТАЖ 4, ПОМ. X, КОМ. 1
ТЕЛ.: +7 495 565 32 06
E-MAIL: PRESS-RELEASE@FORBES.RU

ИЗДАНИЕ FORBES REAL ESTATE ЗАРЕГИСТРИРОВАНО В ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБЕ ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ СВЯЗИ, ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ. РЕГИСТРАЦИОННЫЙ НОМЕР И ДАТА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О РЕГИСТРАЦИИ: СЕРИЯ ПИ №ФС77-84916 ОТ 10 АПРЕЛЯ 2023 Г.

GRETHER & WELLS

exclusive

СПАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ ПРЕМИУМ КЛАССА

МАТРАСЫ | КРОВАТИ | АКСЕССУАРЫ ДЛЯ СНА



Тел. 8 (800) 600-03-86
gretherwells.ru

Grether & Wells Exclusive – премиальный бренд спальных систем для ценителей бескомпромиссного качества жизни.

Отношение бренда к своей продукции трепетное и требовательное одновременно, как к произведению искусства.

В основе коллекций – многослойные матрасы, изготовленные по американской технологии, методом ручного тафтинга, из натуральных материалов: латекс, шерсть меринуса, конский волос.

В бутиках Grether & Wells Exclusive, в атмосфере уюта и гостеприимства, словно у портного с Сэвил-Роу, вам предложат примерить и заказать матрас по вашим меркам.



MANDARIN GARDEN

ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС



ЭЛИТНЫЕ РЕЗИДЕНЦИИ В СОЧИ



← откройте новые возможности для инвестиций

Гостиничный комплекс Mandarin Garden 5★ – это сочетание роскошного отдыха и инвестиционной привлекательности на берегу Чёрного моря. Проект объединяет продуманную архитектуру, дизайнерские интерьеры и безупречный сервис.

НАД СОЗДАНИЕМ КОМПЛЕКСА РАБОТАЮТ ВЕДУЩИЕ ИГРОКИ РЫНКА:



FAMILY GARDEN

Крупнейший ресторанный-рекреационный холдинг, обеспечивающий целостность концепции проекта.



NOVIKOV GROUP

Международный ресторанный холдинг и звездный ресторатор, отвечающие за гастрономические впечатления гостей.



БАНК ДОМ.РФ

Универсальный ипотечно-строительный банк, финансирующий проект.



ALEAN COLLECTION

Федеральный гостиничный оператор, обеспечивающий сервис 5*.



Гостиничный комплекс будет органично встроен в прибрежную линию: от теплого моря и собственного благоустроенного пляжа его отделят всего пять минут неспешной прогулки.

На территории расположатся четыре бассейна, включая круглогодичный крытый, а также спа-центр, акватермальный комплекс и современный фитнес-зал.

Гастрономическая концепция объединит рестораны с авторской кухней и премиальный сервис доставки блюд прямо в номер.

Комплекс будет концептуально сочетать 349 инвестиционных резиденций и 448 номеров различных форматов. Высокие стандарты гостеприимства и безупречный уровень сервиса обеспечит гостиничный оператор Alean Collection, что одновременно служит надежной гарантией высокой доходности.

8(800)777-22-99

РЕКЛАМА: ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ НАШ.ДОМ.РФ. ЗАСТРОЙЩИК АО «СЗ «СОЛНЕЧНЫЙ ЛУЧ» ОГРН 1022302715082, 354340, КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ Г. СОЧИ, УЛ. ДЕМОКРАТИЧЕСКАЯ, 18 АО БАНК ДОМ.РФ

Работы на конкурс «Архитектура: фото&диджитал. Иллюзия совершенства» представлены ГК «Галс-Девелопмент» при поддержке галереи Reportage



АЛИНА ЕВЛОВА,
ЛОНГ-ЛИСТ DIGITAL ART.
«НЕДОСТИЖИМОСТЬ»



АЛЕКСЕЙ КАРЛСОН,
«ЖИЛЬЕ ИЗ МАШИНЫ»

■ «Возможно, в будущем сделают отдельный городок или деревню, где не будут расти березы или другие сильно цветущие растения. В общем, я надеюсь, что пожалеют астматиков»
Мария М., 6-й класс



КРИСТИНА ГЛОВА,
«НЕ ЗАСТЫВАЮЩАЯ ИЛЛЮЗИЯ»

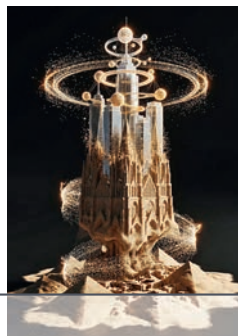
■ «Освещение улиц можно сделать из деревьев, листья которых светятся. Ученые сейчас активно занимаются разработкой таких»
Петр Б., 6-й класс



АЛЕКСАНДР ЛЮБЦКИЙ,
«МЕГАПОЛИС»

ЭВЕЛИНА ШАХНАЗАРЯН,
«АРХИТЕКТУРА ВРЕМЕНИ:
МАТЕРИЯ ПЕРЕХОДА»

■ «Хочется, чтобы появились такие проходы в воздухе, которые соединяли бы многоэтажные дома. Это было бы очень удобно и полезно, передвигаться пешком стало бы намного быстрее и, возможно, снизило бы уровень пробок, особенно вечером в пятницу. Да и просто смотрелось бы круто»
Алиса Ц., 6-й класс



■ «Если законы переписут, роботы смогут подчинить себе людей. Не нужно слишком сильно полагаться на ИИ — иначе будет как в мультике «ВАЛЛ-И»
Александра С., 6-й класс

KIRILL RAVE,
СПЕЦПОМИНАНИЕ
DIGITAL ART.
«LGM-01»

■ «Город не должен быть большим. Лучше, чтобы в нем жило не больше 50 000 человек. Дороги будут грунтовыми или мощеными. И не надо намеренно озеленять — пусть природа сама захватывает город»
Максим П., 6-й класс

ARTEMIY GUSEV,
«ЗЕРКАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ»



ПОСЛЕДНИЕ РОМАНТИКИ БЕТОННОГО ВЕКА

ОКСАНА САМБОРСКАЯ

Мы любим рассуждать о будущем. О том, каким увидят мир наши потомки через 30, 50, 100 лет. Кажется, что так далеко. Но будущее наступает быстрее, чем мы думаем. Еще двадцать лет назад трудно было представить, что по улицам Москвы поедут беспилотные трамваи, побегут роботы-доставщики, а мы перестанем удивляться и начнем убирать с пути ветку, мешающую роботу ехать.



о неузнаваемости изменилась и линия горизонта города. Человек начала нулевых сейчас Москву бы просто не узнал. А что будет дальше? Forbes Real Estate спросил архитекторов и урбанистов: в чем мы будем завидовать потомкам, а в чем они — нам? И одновременно предложил пофантазировать на заданную тему московских шестиклассников. Как это часто бывает, они оказались мудрее экспертов.

Цикл замкнулся

Развитие движется по спирали. То, что казалось архаичным, возвращается на новом технологическом витке, напоминает соучредитель Агентства стратегического развития «Центр» **Сергей Георгиевский**. Сегодня города гонятся за плотностью, отказываясь от малоэтажных зданий как от неэффективных. Но, уверен эксперт, через 30–50 лет наступит кризис — люди, особенно стареющее население развитых стран, захотят жить просторнее. «Технологии к тому времени позволят быстро разбирать высокие здания, и управленцам придется возвращаться к модели малоэтажного, распределенного города», — считает эксперт.

Похожая судьба ждет и зеленые территории. Сейчас московские парки и набережные активно насыщают различными функциями — павильонами, верандами, многофункциональными зонами. Это выглядит современным. Но пройдет полвека — и захочется очистить пространство, получить открытый, ничем не наполненный вид, чтобы просто созерцать воду и небо. Город устанет от избыточного дизайна, и запрос на тишину и уединение наконец будет услышан.

Через несколько десятилетий город устанет и от стекла. Скорее всего, пойдет под снос огромное количество перегреваемых витражей, которые сейчас появляются в угоду «люксовой подаче». «Иногда это делается в угоду моде и в ущерб функционалу», — замечает главный архитектор бюро CONTINUUM **Олеся Могилевская**. На смену витражам придут фасады с управляемой микробиотой — «живые стены» на основе бактерий и водорослей, которые дышат, очищают воздух, регенерируются и стареют красиво. По словам коммерческого директора ГК «Новалур» **Арсения Киселева** (эксперта



ИАНА КОНДРА, «ПИРАМИДА»

в области благоустройства и малых архитектурных форм), вентилируемые фасады с минеральной ватой через 25–30 лет превращаются в мостики холода, поэтому их место займут саморегулирующиеся климатические оболочки. А сооснователь бюро Osetskaya.Salov и вице-президент Союза московских архитекторов **Татьяна Осецкая** напоминает, что на новом витке технологического развития вернется и пассивная климатическая логика: толстые стены, глубокие лоджии, сквозное проветривание, дополненные электрохромным стеклом (оно может затемняться, отсекая солнце в жару, и пропускать больше света, когда пасмурно) и расчетом аэродинамики каждого квартала с помощью искусственного интеллекта. Это уже не «ретро», а осознанное движение к энергоэффективности и комфорту.

Но главная «ошибка молодости», которую возводят с помпой прямо сейчас, — это 40-этажные «человеиники». Сверхвысокая плотность убивает социальные связи, а в условиях климатического кризиса такие башни становятся энергетическими вампирами, считает директор департамента исследований и аналитики Академии городских технологий «Среда» **Дарья Дорохина**.

Будущее, по словам сооснователя архбюро «ВЕЩЬ!» **Марии Кутай**, за другим: «Дворы без машин — это уже норма. Экология позволит сажать ягоды и фрукты прямо у подъезда — и есть их. Земляника, смородина, вишня, яблоны не декоративные, а настоящие, съедобные». И открытая вода настоящая, дополняет картину Дарья Дорохина. Она говорит о концепции «города-губки», когда проницаемые покрытия и дождевые сады впитывают ливни, спасая мегаполисы от затоплений, и о «распаковке» рек. В XX веке малые реки заключили в бетонные трубы и спрятали под асфальт, но будущее — за тем, чтобы вернуть воду на поверхность. Реки не только охладят воздух, но и станут новыми транспортными артериями — по ним смогут ходить бесшумные электрические шаттлы, разгружая наземный трафик.

Что видят те, кому здесь жить

Пока эксперты спорят о циклах Кондратьева (K-циклы, или K-волны, — периодические циклы сменяющихся подъемов и спадов современной мировой экономики продолжительностью 45–60 лет) и тепловых насосах, дети просто рисуют

мир, в котором им хотелось бы оказаться. Мы попросили шестиклассников московской школы «Интеллектуал» написать небольшое сочинение на тему «Каким будет город будущего?». Детский взгляд оказался не наивнее, чем видение профессионалов.

Лена Г. видит город как систему «волшебных корзинок»: корзина у двери с продуктами, корзина-транспорт, переносимая по воздуху, и дом-корзина — огромное вместилище, где есть все нужное и куда само приходит то, что заказал. Петр подходит с инженерной дотошностью: широкие дороги, разбивающие город на квадраты, подземные переходы, светящиеся деревья вместо фонарей и сады на крышах. Аня прогнозирует 150-этажные дома и метро до Твери. Лев заботится о чистоте воздуха — при строительстве дома, по его мнению, площадку нужно огораживать «специальной сеткой, через которую не будет лететь пыль». Максим рисует антиутопию наоборот: небольшой город на 50 000 человек с грунтовыми дорогами, тук-туками вместо метро и пальмами, выросшими там, куда упал кокос.

Некоторые рассуждения пугающе прозорливы. Александр вспоминает три закона робототехники Айзека Азимова: «Если законы переписут, роботы смогут подчинить себе людей. Не нужно слишком сильно полагаться на ИИ — иначе будет как в мультфильме «ВАЛЛ-И». Алиса Ц. хочет воздушные переходы между этажами домов — «смотрелось бы круто и уменьшило пробки». Лена Т. фантазирует о жизни «наверху, в небе»: «Жизнь будет сосредоточена в облаках. Но внизу останутся старые дома — одинокие 35-этажки и даже 50-летние небоскребы». Мария надеется, что люди перестанут вырубать леса и пожалеют астматиков. Алиса В. предупреждает: если будут частые войны, высокие дома начнут падать, «что закончится плачевно».

Дети хотят не столько высоких технологий, сколько порядка, экологичности и человеческого масштаба. Они интуитивно возвращают нас к той самой цикличности: от высоток к малоэтажности, от асфальта к естественным покрытиям. Кто-то из них, как Максим, уже сейчас тоскует по городу с грунтовыми дорогами и пальмами, выросшими без спроса. Хотя кто-то, как Аня, верит в 150-этажные башни.

Чему позавидуют (и ужаснутся) потомки?

Главное варварство современности — личный автомобиль, сходятся во мнении опрошенные эксперты. Сама норма хранить в городе тонны металла ради перевозки одного человека однажды покажется дикостью, считает основатель и творческий руководитель бюро KANVA Moscow **Андрей Волынец**. «Ежедневная поездка на машине с двигателем внутреннего сгорания в бизнес-центр и обратно будет вызывать недоумение», — вторит ему генеральный директор KUBRAVA PROJECT MANAGEMENT **Руслан Кубрава**. Вождение станет нишевым хобби, чем-то вроде верховой езды, — дорогим, статусным и совершенно необязательным.

Маятниковую миграцию — утром туда, вечером обратно — глава бюро «Архистра» **Алексей Санду** называет «институционализированной неэффективностью»: «Сама идея обязательного ежедневного перемещения в фиксированную точку однажды будет восприниматься как пережиток прошлого. Такой же бессмысленный, какой сегодня нам кажется ручная стирка в проруби». В полицентричном городе без жесткого деления на «спальню» и «работу» не нужно будет специально ехать в офис — работа распределится по жилым кварталам.



МИХАИЛ ДУРАВИН,
«КРАЙ НЕБЕСНОГО ШПИЛЯ»

Концепция 15-минутного города эволюционирует в 5-минутный, а затем, возможно, и вовсе сожмется до размеров одного небоскреба, где есть и жилье, и офисы, и школа, и парк на крыше

А передвигаться по такому городу, по мысли Алексея Санду, станет удобнее благодаря многоуровневым пешеходным системам — сетям надземных и подземных переходов, интегрированных прямо в структуру застройки, как уже сделано в Гонконге или в московском Сити.

«Мы избавимся от монофункциональных районов, где утром жилой квартал пустеет, порождая локальную преступность», — говорит партнер архбюро Syntaxis **Александр Стариков**, районы будущего станут многофункциональными: в одном месте можно будет жить, работать, учиться и проводить досуг. И это не только уменьшит пробки, но и вернет улицам постоянное присутствие людей — лучшего естественного охранника.

А концепция 15-минутного города, по мнению Арсения Киселева, эволюционирует в 5-минутный, а затем — если цикл не качнется обратно в сторону малоэтажности — и вовсе сожмется до размеров одного небоскреба, где есть и жилье, и офисы, и школа, и парк на крыше. Бизнес-центры и ТРЦ как отдельный класс зданий, скорее всего, исчезнут. «Офисы не нужны, если есть качественные технологии для удаленной связи», — прогнозирует Александр Стариков. Олеся Могилевская добавляет, что торговые центры трансформируются в шоурумы и социальные хабы — места, куда приходят за опытом и общением, а не за пакетом покупок.

Город будущего Дарья Дорохина называет «бархатной клеткой»: вы сдаете биометрию и геопозицию, получая взамен нулевую преступность и абсолютный комфорт. «Потребитель готов отдать без боя большую часть публичной жизни, — соглашается основатель и руководитель бюро MAD Architects **Мария Николаева**. — За право не думать о маршруте, не носить ключи, не бояться темных переулков».

Архитектор и сооснователь бюро DNK ag **Даниил Лоренц** относится к любому прогнозированию с известной долей скепсиса: «Все наши попытки представить будущее — карикатура. Реально удивит то, что за 30 лет ничего не изменится». И тут же добавляет парадоксальную мысль: зависть потомков, возможно, вызовет наша способность быть анонимными внутри тесного городского сообщества.

КУРОРТ ДЛЯ ЖИЗНИ

Как гостиничные бренды приходят в загородные премиальные проекты.

Рынок премиальной загородной недвижимости переживает заметную трансформацию. Если еще несколько лет назад главным критерием выбора были площадь дома, престижность локации и статусность архитектуры, то сегодня покупатели все чаще оценивают качество среды, сервисов, инфраструктуры. На первый план выходят безопасность, приватность, экологичность, все необходимое для спорта, здоровья, образования и отдыха, наличие сильного комьюнити. Именно эти факторы сегодня формируют новое понимание роскоши: дом не как объект недвижимости, а как часть продуманной экосистемы для жизни.

Ярким примером такого подхода является «Президенция Монави» на западе Подмосковья. Ее концепция основана на идее «горизонтального города»: жилые резиденции интегрированы в единую систему общественных и рекреационных пространств. Команда проекта делает ставку на формирование комплексной среды нового поколения.

Важным этапом в реализации этой стратегии стало подписание меморандума между девелопером «Президенции Монави», компанией **LeePrime Group** и международным гостиничным оператором о создании на территории проекта

пятизвездочного отеля под управлением международного бренда. Для российского рынка загородной недвижимости подобные решения пока редкость. В то же время международные гостиничные бренды традиционно выступают носителями глобальных стандартов сервиса, управления и гостеприимства. Их участие в жилых проектах повышает не только уровень обслуживания, но и инвестиционную привлекательность локации в долгосрочной перспективе.

Отель станет не отдельным объектом, а частью единой комфортной среды. Концепция отеля базируется на философии долголетия и ориентирована на лучшие практики мировых курортов. Инфраструктура комплекса будет включать спа и термальный центр, клинику превентивной медицины, пространства для восстановления и релаксации. Проект закладывает фундамент для развития в России нового направления, объединяющего загородное проживание, восстановительные практики и современные подходы к активному долголетию.

«Наш проект — пример интеграции международного гостиничного бренда и центра превентивной медицины в формат частного девелоперского проекта. Мы достигли взаимовыгодных



договоренностей с оператором мирового уровня, и это хорошая новость для всего рынка премиальной загородной недвижимости с курортной инфраструктурой», — говорит инвестор **Артур Терисаян**.

Сегодня загородное жилье уже сложно рассматривать просто как альтернативу городу. Оно становится новым стандартом жизни, объединяющим преимущества мегаполиса, приватность частной резиденции, развитый сервис и сильное сообщество единомышленников. Именно такая среда формирует новую ценность недвижимости — не количество квадратных метров, а качество каждого дня.



МАРИЯ РУССЕ,
«ПОВЕРХНОСТЬ
ИДЕАЛА»



За что нас назовут романтиками бетонного века

Выше речь шла о том, чего лишатся потомки: автомобилей, пробок, необходимости куда-то ехать. Но будет и кое-что, чему они, возможно, позавидуют. Потому что вместе с риском и рутинной исчезнет и то, что делало жизнь горожан начала XXI века живой — непредсказуемой, немного нелепой.

Парадокс: нас будут ценить за «аналоговость» и даже за некоторую грубость. Сооснователь бюро «Крупный план» (KPLN) **Андрей Михайлов** придумывает точное имя — «поколение последнего общего взгляда». «В мире тотальной персонализации AR-фильтров, где каждый видит город по-своему, мы были теми, кто мог вместе восхищаться одним закатом, — объясняет он. — Наш опыт был общим». Татьяна Осецкая поддерживает: «Нас будут ценить за то, что мы делали города вручную — с противоречиями, спорами, переделками. Алгоритмы создадут эффективную среду, но в ней не будет неровной брусчатки, которую не переключивали 80 лет».

Глава бюро HADAA **Георгий Тюгаев** смотрит на это с другой стороны: «Городские районы, которые сейчас кажутся не самыми лучшими в плане тишины, экологии и спокойствия, станут намного комфортнее. Например, проблемы избыточного шума, вредных выхлопов внутри ТТК и Садового кольца уйдут через 15–20 лет из-за массового перехода транспорта на электротягу. То же самое мы сегодня наблюдаем в Китае, где ранее непривлекательные районы оживают. Чистые дороги и нейтральный акустический фон производят неизгладимое впечатление на контрасте с классическими мегаполисами XX столетия».

«Когда автоматизация уничтожит маленькие кафе и локальные магазины, окажется, что мы были последними, кто ценил спонтанность», — философствует Андрей Волицев. А глава архитектурного бюро IQ **Эрик Валеев** говорит о романтике опасной среды: «Романтичной покажется ретро-спектива способности самостоятельно выстраивать повседневные сценарии, принимать решения, взаимодействовать с городом напрямую». Мария Кутай видит возвращение ручного труда — во дворах будущего появятся ремесленные «гаражи» с верстаками и станками: «Это будет место, где руки заняты, а душа отдыхает».

«Нас назовут романтиками за небоскребы, — уверена Мария Николаева. — Для потомков они — как для нас египетские пирамиды: бессмысленные, неэффективные, невероятно сложные и абсолютно монументальные. Их создатели верили, что человек может жить в облаках, бросая вызов гравитации».

Мы — последнее поколение, которое могло ошибаться по-настоящему, красиво, без права на отмену. Дальше ошибки будут только у алгоритмов. За это — за способность ощущать город телом, а не интерфейсом, за бетонную дерзость, за то, что мы еще помнили вкус огурца с грядки, переданного из рук в руки, — нас и назовут романтиками.

Последними романтиками бетонного века.

ВАЛЕРИЯ САВИНЫХ,
сооснователь
и управляющий партнер
бюро «ПРОСТРАНСТВА»
(SPACES), член Союза
московских архитекторов



«Через 50 лет мы перестанем узнавать привычные города. И дело не только в летающих такси или небоскребах из переработанного пластика. Назревает смена парадигмы: город перестанет быть «бетонными джунглями» для обслуживания экономики и станет живым адаптивным организмом, где технологии подстраиваются под уязвимости человека.

Радикально изменится наше отношение к воде и зелени. Концепция «городов-губок» станет обязательным строительным кодексом для любого мегаполиса, расположенного не в пустыне. Мы уйдем от ливневок и коллекторов к пористым покрытиям, биодренажным канавам и дождевым садам. Ландшафтный дизайн признают критически важной инженерной системой, а деревья получают официальный статус инфраструктуры. В бюджетах появятся строки не «на озеленение», а на «эксплуатацию зеленого купола» с цифровыми моделями каждого дерева, где будет просчитана его экономическая отдача в охлаждении улиц и очистке воздуха.

Важным драйвером изменений станет искусственный интеллект в роли невидимого медиатора. «Соучаствующее проектирование» перестанет быть пустой бюрократической процедурой. Жители будут визуализировать свои районы, а ИИ — обрабатывать тысячи эскизов, выявляя реальные потребности и мгновенно встраивая их в архитектурные решения. Цифровые двойники городов, как в Сингапуре, станут стандартом управления. Прежде чем построить квартал или изменить маршрут автобуса, чиновники увидят не отчет, а полную симуляцию последствий в реальном времени.

Облик городов «одичает». На смену стриженным газонам и клумбам придут дикие луга, восстановленные болота и леса прямо в спальнях районах, где природа саморегулируется без участия людей. Проекты вроде High Line в Нью-Йорке или Bosco Verticale в Милане покажутся наивными прообразами. Будущее за целыми кварталами, где фасады — это скалы с зеленым массивом, а крыши — степи. Это ответ на холод умных городов и социальную дистанцию: человеку нужно тактильное, живое, непредсказуемое.

Принципы нейроурбанизма сделают города эмпатичными. Мы будем проектировать сенсорно-сбалансированные пространства для нейроотличных горожан, подстраивать освещение под циркадные ритмы и особенности пожилых людей, а навигацию делать интуитивной на уровне подсознания.

Надеюсь, что город через 50 лет — это зеленый, слегка хаотичный, дышащий организм. Главной ценностью будет не эффективность, а способность среды подстраиваться под потребности человека. Технологии станут невидимым фундаментом, а лицом города — дикая природа и инклюзивность. Так и будет, если не строить будущее по старым шаблонам, заковав в асфальт то, что должно впитывать, и запрограммировав то, что должно удивлять. ●▲



«БЕРЕГОВОЙ»: В ГАРМОНИИ МЕГАПОЛИСА С ПРИРОДОЙ



Современные дома проектируют с запасом на столетие, но вопрос не в том, выдержит ли бетон. Вопрос в том, захочется ли там жить через 10 или 30 лет. Не устареет ли фасад, лобби, сама идея дома раньше материалов.

Волнообразные фасады из анодированного алюминия и стекла повторяют движение воды — так выглядят «Береговой-2», премиальный квартал девелопера «Главстрой» на первой линии Москвы-реки в районе Филевский парк. Он уже попал в подборки фотографов как один из самых футуристичных жилых комплексов столицы. Проект масштабный, но благодаря архитектурным решениям выглядит гармонично относительно локации, не нарушает, а дополняет и в прямом смысле отражает окружение — реку, небо.

За визуальным эффектом стоит прагматичная задача: создать архитектуру и жилую среду, которая будет актуальной и в будущем. «Начиная строительство, мы рассчитываем на многолетнее существование, — говорит **Павел Тютюнник**, главный архитектор «Главстроя». — Срок эксплуатации современных зданий — 50 лет, а в теории простоят и 100. На практике — слишком много неизвестных».

Одна из этих неизвестных — дизайн. Мода меняется каждый сезон, технологии обновляются быстрее, чем заканчивается стройка. То, что сегодня кажется инновацией, через три года выглядит наивной попыткой угадать будущее. Отсюда — ставка на минимализм, который считается дизайном будущего.

В «Береговом» это не декларация, а практическое решение. В лобби — металл, стекло, светлые тона. Никакой избыточной отделки, которая устареет лет через пять. Пространство не шумит вокруг тебя — можно добавить декор, можно убрать, архитектурная основа останется актуальной.

«Чтобы «Береговой-2» не терял привлекательности, нам нужны были качественно стареющие материалы, — объясняет архитектор. — Анодированный алюминий и стекло долго сохраняют свой вид. И все лаконично как снаружи, так и внутри». Натуральные материалы, такие как дерево, камень, металл и стекло, придают естественность и долговечность, их поведение изучено, технологии обработки отработаны. Так обращение к классике дает вневременной результат, тем более когда дом находится в таком привлекательном месте, у воды.

В «Береговом» закрытый внутренний двор с ландшафтным озеленением и прямым выходом на тихую набережную Москвы-реки. Первая линия без проезжей части между домом и водой — в Москве это редкость. Вид не закроют новостройками, а панорама из окон — актив, который не обесценится. Не случайно квартал спроектирован так, что окна 70% квартир выходят на реку.



В первом корпусе, который уже готов к заселению, 782 квартиры, по две-пять на этаже. Планировки максимально функциональны: зоны для хранения, мастер-спальни с собственными ванными, высокие, от 3,2 м, потолки и просторные кухни-гостиные, террасы. Однокомнатных квартир здесь мало, а студий нет вовсе. И сервисы также подобраны в соответствии с ключевыми потребностями целевой аудитории: спорт, здоровье, гастрономия. Второй и третий корпуса в активной стадии строительства, всего в «Береговом-2» будет 1983 квартиры.

Для жителей создадут общественные пространства во дворах, открытые террасы на крышах с инфраструктурой для общения соседей, здорового образа жизни и развития детей. «Думаю, было бы здорово в будущем делать из территорий ЖК территории-сотрудничества», — рассуждает Павел Тютюнник. И «Главстрой» уже работает в этом направлении.

Будущее строится сегодня. Будет ли оно выглядеть так же убедительно через тридцать лет — зависит от качества решения девелопера. В случае с проектом «Береговой-2» вся эта локация станет более ценной по мере развития набережной, уверены в компании.





КТО БУДЕТ ЖИТЬ В ГОРОДАХ БУДУЩЕГО

ЮЛИЯ ПИЛИПЕЙКО

В ближайшие десятилетия структура населения в России заметно изменится. Не последнюю роль сыграют такие факторы, как снижение рождаемости и общее старение. Бизнесу уже сегодня стоит задуматься о смене стратегий, подстраиваясь под новые запросы и вызовы. В той же парадигме будут меняться здания, инфраструктура и города в целом.

В прошлом году Аналитический центр ВЦИОМ представил (как часть мультимедийного научно-исследовательского проекта ВЦИОМ «Футурологический конгресс — 2036») доклад о том, что будет актуально в ближайшее десятилетие в сфере демографии. По прогнозам экспертов, снижение рождаемости, которое в России наблюдается с 2015 года, продолжится, за десять лет ее показатели достигли рекордно низких значений.

Как следствие, меняется структура населения. Например, доля детей и молодежи в возрасте до 25 лет сокращается во всем мире, однако внутри этой группы численно растет сегмент нынешних 15–24-летних (сегодня это 16% населения планеты). В России в ближайшие десять лет, по данным ВЦИОМ, наиболее «населенным» сегментом детско-юношеской аудитории будут сегодняшние дети 8–12 лет.

Аналитики также обратили внимание на рост доли старшего поколения. В России людей в возрасте 65+ уже больше, чем детей от 0 до 14 лет (17,7% и 17,3% соответственно). Все эти факторы неизбежно влияют на экономику, развитие городов и внутреннюю миграцию.

Демографический поворот

Система расселения людей в нашей стране начала активно изменяться в конце 1990-х. В то время в Московскую и Санкт-Петербургскую агломерации потянулись самые предприимчивые. Но, как отмечает председатель правления Московского центра урбанистики «Город», доцент Финансового университета при Правительстве РФ **Алексей Расходчиков**, спустя десятилетия, уже после 2020 года, статистика демонстрирует сокращение притока населения в Москву и Московскую область, а социологические исследования — растущие

тенденции обратной миграции. И это только начало нового социально-демографического цикла, уверен эксперт.

«Стоимость жилья в обеих столицах стала неподъемной для молодых специалистов, а значит, все больше молодежи будет оставаться в своих регионах, этому способствует и реформа системы высшего образования. Но воспользоваться преимуществами демографического поворота смогут те города, где сохранились сильные университеты, реализуются крупные инвестпроекты, развивается транспортное сообщение. Это в первую очередь восточные и южные регионы, через которые проходят крупные транспортные магистрали и международные коридоры», — считает Алексей Расходчиков.

Как быстро рынок сможет отреагировать на происходящие изменения? Директор исследовательской компании «ХОД Консалтинг», руководитель комитета по аналитике Российской гильдии управляющих и девелоперов **Михаил Хорьков** подчеркивает: проецируя демографические тренды на рынок недвижимости, эксперты часто фокусируются на том, как те или иные изменения повлияют на спрос, однако на практике любая рыночная корректировка — это результат многофакторного влияния.

«За последние 15 лет доля молодежи (от 20 до 35 лет) в структуре населения сократилась с 35% до 17% и, по прогнозам, останется низкой в ближайшие годы. В теории этот фактор должен был привести к снижению спроса на компактное жилье со стороны тех, кто покупает первую квартиру. Девелоперам следовало бы переориентироваться на более многочисленную и платежеспособную группу покупателей 35–50 лет (около 24% населения), которые улучшают жилищные условия: увеличивают площадь или переезжают в более качественные дома. Но рыночная динамика оказалась не столь прямолинейной», — объясняет Михаил Хорьков.

По его словам, на спрос влияют не только изменения в возрастной структуре. «Параллельно с взрослением населения увеличивалось количество одиноких людей — как среди молодежи (из-за позднего вступления в брак), так и в среднем, и в старшем возрасте. Кроме того, льготные ипотечные программы подталкивали многих покупателей не столько закрывать реальные потребности, сколько «отоваривать» саму возможность взять кредит. Все это поддерживало спрос на студии и однокомнатные квартиры, которые рынок производил в избытке. В будущем это, скорее всего, приведет к переоценке такого жилья, а девелоперам придется искать новые ниши», — считает эксперт.

■ Загородные перспективы

Аналитики единодушно заявляют, что главный вызов для рынка — старение населения. По прогнозу Росстата, к 2040 году доля людей в возрасте от 50 до 65 лет вырастет с 19% до 23%, а доля граждан старше 65 лет — с 17% до 21%. Такой расклад, по мнению некоторых участников рынка недвижимости, может привести к росту спроса на загородное жилье. Однако большинство экспертов склонны считать этот тренд нереалистичным, ведь для его воплощения необходимы соответствующие условия, главное из которых — развитая инфраструктура.

«Пригородная инфраструктура в большинстве регионов не соответствует ожиданиям людей, которые всю сознательную жизнь провели в городе. В пожилом возрасте сложно менять привычки и устоявшийся уклад. Чаще в пригород переезжают те, у кого уже была дача или второе загородное жилье. Для них

оно становится основным, а городская квартира остается вторым жильем или переходит детям», — комментирует Михаил Хорьков.

Директор по маркетингу Plus Development **Екатерина Наливайко** тоже считает, что «большой исход» старших за город маловероятен. «У нас все еще не пройден этап массовой субурбанизации, малые населенные пункты не стали городками с открыток. Нам еще далеко до появления развитых загородных кластеров, когда есть комфортный доступ к сервисам и медицине», — замечает она и добавляет, что пенсионеры скорее предпочтут переезд в города с мягким климатом (то есть в Краснодарский край или Крым).

А ведь пожилым людям необходим не только доступ к качественной медицине, социальным службам, наличием рядом продуктовых магазинов и аптек. Им требуется комфортная среда в целом и общение, а все это, по мнению Алексея Расходчикова, может обеспечить только современный город.

«Неслучайно предпенсионеры из регионов, у кого есть возможность, стараются прописаться в Москве, чтобы получить надбавку к пенсии. Благоустроенный город с парками, культурной повесткой, качественной медициной и такими проектами, как «Московское долголетие», гораздо привлекательнее для многих, чем загород», — говорит он и обращает внимание на то, что частный дом еще и требует постоянного ухода, вложения сил и средств, которых в пожилом возрасте уже не так много. Более интересным вариантом, по оценкам Алексея Расходчикова, могли бы стать малые и средние города с более спокойным ритмом жизни и лучшей экологией, но опять же только при наличии развитых медицинских, культурных учреждений и специальных программ для пожилых людей.

Базовый уровень комфорта и социальной инфраструктуры — важный фактор выбора небольших городов взамен мегаполисов при наличии в них более дешевого жилья, соглашается с коллегой директор департамента стратегического анализа и экономики АГТ «Среда» **Галина Плотникова**. Эксперт обращает внимание на то, что доля россиян, не испытывающих



К 2040 году доля людей в возрасте

от 50 до 65 лет вырастет с

19%

до 23%

, а доля граждан старше

65 лет — с

17% до 21%

страха перед одиночеством, выросла за последние 15 лет с 54% до 68%: «То есть люди осознанно остаются одни уже в молодом и среднем возрасте, и, следовательно, в перспективе количество одиноких стариков будет возрастать. Будут расти расходы на долговременный уход за пожилыми людьми». В этой связи одним из перспективных направлений, которое может быть поддержано на уровне государства, станет создание городов-пансионатов для них, прогнозирует Галина Плотнокова.

Долго и счастливо

Одновременно со старением населения отмечается и еще один глобальный тренд — увеличивается так называемый «возраст активности». Теперь старшее поколение хочет быть вовлеченным в жизнь, путешествовать, не желает, чтобы его «списывали». Этот демографический сдвиг формирует новый запрос на рынке гостеприимства. «Современный гость отеля становится старше, а его потребности — разнообразнее. Гость больше не хочет получать усредненный сервис по принципу «шведского стола», где все и сразу, но без изюминки. Ему важна атмосфера, заточенная под его конкретные интересы и потребности. Будущее за четкой сегментацией: появятся отели, ориентированные исключительно на детей, только на взрослых, на определенные виды досуга или бизнес-задачи. Комбинированные форматы останутся, но будут носить усредненный характер», — прогнозирует партнер UNK interiors **Юлия Тряскина**. Она же обращает внимание на трансформацию жизненного цикла человека: «Границы возрастных этапов стираются. С одной стороны, детство объективно удлиняется: дети дольше остаются детьми. С другой — кардинально меняется отношение к зрелости и старости».

Процесс взросления и старения городского населения неизбежен, и городское развитие, по мнению Михаила Хорькова, будет вынуждено учитывать эти сдвиги — хотя бы потому, что стареет наиболее массовая и платежеспособная аудитория. «Скрытая конкуренция крупнейших городов за молодежь усилится, но дальнейшая концентрация талантов в нескольких агломерациях будет ослаблять перспективы



Доля россиян, не испытывающих страха перед одиночеством, выросла за последние

15 лет с **54%** до **68%**

малых и средних населенных пунктов. А это уже вызов не столько для рынка недвижимости, сколько для государственной региональной политики», — резюмирует эксперт.

В унисон с поколением альфа

Через десять лет править бал начнут поколения миллениалов и зумеров — к 2030 году именно они, как замечает руководитель UNK **Юлий Борисов**, станут основной аудиторией. «Для них опыт важнее статуса, гибкость важнее монументальности, экологичность — не маркетинг, а базовое требование. Им не нужен мрамор в лобби — им нужно, чтобы каждый день было приятно находиться внутри. Главное отличие от сегодняшних проектов — архитектор будет думать не о фасаде, а о том, как человек живет внутри. Как устроен его день, где он встречается соседей, захочет ли он вообще выйти во двор. Это другая точка входа в проектирование», — говорит архитектор.

Жилая недвижимость будет расслаиваться не по цене, а по качеству среды, считает Юлий Борисов: «Побеждать будут те застройщики, которые умеют делать район, а не просто дом. Арендный рынок будет расти — молодые профессионалы все меньше воспринимают ипотеку как обязательный жизненный сценарий».

Как замечает Екатерина Наливайко, уже сейчас очевидно, что люди новых поколений в меньшей степени склонны владеть недвижимостью. Исходя из этого, можно предположить в будущем развитие арендных кластеров, каких-то проектов для совместного проживания.

Если заглянуть еще дальше, то через 15–20 лет на рынок выйдет поколение альфа. Директор по продукту UDS **Булат Мирзаханов** напоминает, что это люди с врожденной цифровой идентичностью: для них технологии — уже базовая часть жизни. Поэтому требования к недвижимости будут включать глубокую интеграцию цифровых сервисов, управление средой и бесшовный пользовательский опыт.

Второй важный момент, на который обращает внимание эксперт, — мобильность. «Это поколение легче относится к смене города и формата жизни. Поэтому будет расти спрос на сервисные апартаменты, аренду. Параллельно усиливается запрос на гигиену и экологию. Пандемия задала базовый стандарт, и дальше он будет только усложняться: качество воздуха, воды, материалы, общая чистота среды станут частью ценности продукта, а не дополнительной опцией», — делится своим видением Булат Мирзаханов.

Большое распространение получают умные системы, ESG-элементы. Уже сейчас, как обращает внимание Алексей Расходчиков, в моду входит бионическая, природоподобная архитектура с плавными линиями. «Появляются, с одной стороны, футуристические проекты как манифест города будущего, с другой — здания, гармонично сочетающиеся с природой, использующие ландшафтный дизайн и водные ресурсы. Появление на улицах роботов-доставщиков заставляет архитекторов переходить к универсальному дизайну — безбарьерной среде (наземные переходы, вход в дом на одном уровне с улицей и т. д.). Так роботы неожиданно стали союзниками людей с ограниченными возможностями здоровья. Следующий этап — беспилотники и городской воздушный транспорт, то, что уже активно развивается в передовых странах Азии», — рассказывает эксперт. Но все это потребует серьезного пересмотра городского планирования, где так любимые инвесторами небоскребы могут стать ненужными препятствиями. ▲■

Forbes Video



Видео с героями Forbes. О бизнесе и не только

Смотрите видео Forbes из любой точки мира



Сканируйте QR-код, чтобы открыть страницу канала
Forbes Russia на Youtube

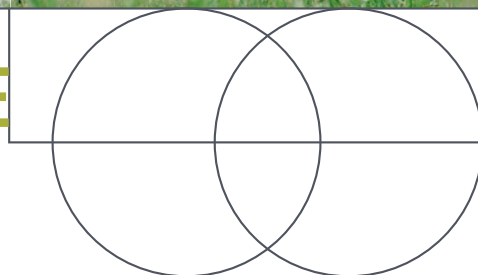


video - видео

РЕКЛАМА



КТО СТРОИТ СЧАСТЬЕ В РЕГИОНАХ



МАРИНА СКУБИЦКАЯ

Рейтинги качества жизни обычно показывают, кто впереди. Но если смотреть на них пять лет подряд, видно другое: кто на самом деле меняет города — и это не всегда власти. Девелоперы, особенно крупные, превращаются в соавторов комфортной среды, создавая стандарты, под которые потом подтягивается все остальное. Национальный рейтинг АСИ это фиксирует. А застройщики — делают.



ациональный рейтинг качества жизни, который уже пятый год представляет Агентство стратегических инициатив (АСИ), не только определяет лидирующие российские регионы, усилия властей и оценку этих усилий гражданами, но и позволяет увидеть основные тенденции развития городов, их потенциал и ключевые факторы привлекательности и, как следствие, представить их будущее. В том числе предположить, как с учетом региональных особенностей будет развиваться рынок недвижимости и формироваться комфортная среда для жизни.

Где в России жить хорошо

Рейтинг качества жизни АСИ считается по 149 показателям. Выделено 12 направлений, отражающих ключевые сферы жизни, среди которых здоровье, образование, социальная защищенность, материальное благополучие, жилищные условия. Помимо объективных численных показателей, изучают мнение людей: так называемый индекс приверженности показывает, насколько горожане удовлетворены средой, интересен ли регион для переезда из других городов и весей.

Если говорить о результатах 2025 года, то первое и второе места «в общем зачете» ожидаемо заняли Москва

и Санкт-Петербург. Третье место взяла Тюменская область, далее идут Республика Татарстан и Сахалинская область, Ханты-Мансийский автономный округ — Югра, Нижегородская и Московская области, Республика Башкортостан, замыкает десятку Тульская область. Впрочем, дело, конечно же, не в распределении призовых мест.

«Рейтинг — это инструмент, который позволяет регионам формировать среду, соответствующую ожиданиям людей, — рассказывает первый заместитель генерального директора АСИ **Игорь Карачин**. — Мы детализируем параметры, чтобы видеть не только общую картину, но и срезы по отдельным категориям граждан. Социологическое исследование ежегодно охватывает более 300 000 граждан, в том числе из отдаленных населенных пунктов. Так регионы смогут точнее настраивать инфраструктуру и меры поддержки».

■ Перспективы радужные и туманные

По итогам рейтинга с 2021 по 2025 год можно довольно отчетливо представить себе, как, в каких направлениях и за счет чего будут дальше развиваться российские города. Во-первых, по оценкам Игоря Карачина, регионы перешли от разовых решений к системной работе по улучшению качества жизни. Конечно, базовые запросы остаются — работа, жилищные условия, медицина. «Но речь уже идет о переходе от простого наличия инфраструктуры к ее доступности, качеству и бесшовности оказания услуг», — подчеркивает Игорь Карачин.

На терминах «системность» и «управляемость» акцентирует внимание и главный аналитик компании CM International

Яков Богданов: «Развитие городской среды в ближайшие годы по-прежнему будет эволюционным, а не прорывным. Вряд ли стоит ожидать появления принципиально иных подходов к урбанистике. Но, скорее всего, мы увидим более точечную и согласованную работу по отдельным проектам, которые должны обеспечить повышение качества жизни». Ключевым условием реализации планов остается уровень ресурсов в регионе. Другими словами, качество городской среды должно расти постепенно и плавно, без резких скачков, но так, чтобы люди ощущали, что «жить стало лучше».

Во-вторых, и это важно, разница между регионами, по мнению Игоря Карачина, сокращается. Хотя до полного «стирания грани между городом и деревней», похоже, еще далеко. «Государственная политика направлена на выравнивание качества жизни в различных частях страны. Но было бы наивно ожидать, что в регионах с небольшими бюджетами и стагнирующей экономикой оно будет стремительно приближаться к топ-20 рейтинга, — замечает руководитель аналитического отдела Агентства стратегического развития «Центр» **Ольга Грицан**. — Уровень жизни в городе обеспечивается как за счет бюджетов, так и за счет деятельности городского бизнес-сообщества, в том числе малого и среднего предпринимательства, а также крупных корпораций, ведущих работу в регионах».

Очевидно, что успешными становятся субъекты с общим высоким уровнем доходов, ресурсодобывающие районы, промышленные центры и регионы с высоким уровнем господдержки. Впрочем, у остальных — и это в-третьих — тоже есть шанс. Даже два. И оба дают относительно быстрый эффект.



ПОСЛЕДНЯЯ ПЕРВАЯ ЛИНИЯ

В Сочи участок побережья, где создается проект «Волна Резорт и Резиденции», считается последним на первой береговой линии, способным вместить курортный комплекс такого масштаба. На территории более 10 гектаров появится проект, объединяющий шесть форматов для отдыха, жизни и инвестирования: резиденции, гостиничная инфраструктура, медицина, спорт, wellness и сервисы для повседневной жизни — концепция «города внутри курорта», которая сохраняет наследие легендарного Курортного городка и одновременно создает инфраструктуру для новой жизни у моря. Маршруты и потоки организованы так, что резиденты получают приватность и сервис большого курорта, а сам курорт — целостную бесшовную среду.

Концепция проекта — «Инвестиция 360°»: недвижимость становится одновременно местом для отдыха и источником



дохода, чему будет способствовать высокий уровень сервиса и профессиональное управление. Собственники получают готовый продукт для долгосрочной и краткосрочной аренды без операционной нагрузки, что делает инвестиции более предсказуемыми. Такой подход отвечает растущему запросу на многофункциональные форматы недвижимости, способные сочетать комфорт проживания, качественную среду и инвестиционный потенциал.

Развитие территории не ограничивается курортной инфраструктурой. Девелопер Nedvex строит за собственный счет школу на 800 мест в Сочи. Объект будет передан в муниципальную собственность и войдет в систему городского образования.

Ввод в эксплуатацию проекта «Волна Резорт и Резиденции» и новой школы запланирован на 2028 год. ▲▲

Первый — значимые события в регионе. «Крупные инфоповоды и федеральные программы, как это было, например, с Нижним Новгородом в год его 800-летия, по-прежнему будут выступать драйверами ускоренного развития отдельных территорий», — приводит пример Яков Богданов. А вот второй шанс предоставляют девелоперы.

Не бюджетом единым

Проекты комплексного развития территорий (КРТ) не просто возвращают современным городам бывшие промзоны или пустыри, они становятся локомотивами и «законодателями моды» в городском развитии. Яков Богданов считает, что крупные федеральные девелоперы в числе тех, кто быстро адаптируется к требованиям по трансформации городской среды и становится ключевым актором ее создания. «Крупные игроки все чаще уходят от точечной застройки и в том числе через КРТ формируют кварталы и новые районы», — объясняет эксперт. Это вынуждает других застройщиков ориентироваться на предложенные в проектах КРТ новые стандарты, делает сам город более привлекательным для жизни и даже обеспечивает приток новых жителей.

«В нашем проекте «Академический», который в 2021 году стал основой создания полноценного одноименного района Екатеринбурга, развитие комфортной среды напрямую повлияло на рост качества жизни людей, — рассказывает главный коммерческий директор ГК «КОРТРОС» **Дмитрий Железнов**. — И 2025 году мы зафиксировали рост рождаемости сразу на 21% выше, чем был в 2024 году. Для сравнения: в других частях Екатеринбурга демографическая динамика стабильна или показывает умеренный рост. А доля населения в возрасте до 18 лет сейчас составляет почти 31% — в полтора раза выше, чем в среднем по городу».

Но даже если новый средовой уровень предложен в отдельно взятом проекте, это способно изменить ситуацию. Например, «Речной порт» в Тюмени преобразовал бывшую промышленную зону в современное жилое пространство с общественными зонами и инфраструктурой. Девелопер «Брусника» сохранил идентичность места и вернул горожанам доступ к реке.

Позитивное влияние на качество жизни невозможно без учета региональных особенностей, уверен первый заместитель генерального директора «ФСК Регион» **Роман Капинос**: «Девелоперы зачастую упускают из вида особенности климата, традиции региона. Но это крайне важно — определить главную региональную проблему. Это могут быть как маятниковая

«ТЕРРИТОРИЯ ПРИТЯЖЕНИЯ»



«РЕЧНОЙ ПОРТ»

миграция и неразвитость транспортной системы, что влияет на доступность проекта, так и недостаточное обеспечение района социальной инфраструктурой. Соответственно, необходимо предложить жителям не просто квадратные метры, а те опции, которые интересны именно для местных жителей».

Роман Капинос приводит пример Владивостока: «В солнечном городе с видами на водные просторы мы предусматриваем видовые квартиры и летние помещения. А высокий уровень обеспеченности личным транспортом диктует необходимость создавать качественный паркинг».

Есть обнадеживающие кейсы, когда масштабный проект вообще в корне меняет восприятие города, обеспечивает приток новых жителей, даже обозначает его на туристической карте страны. Яркий пример — создание в сугубо промышленном моногороде-труженике Магнитогорске городского курорта «Притяжение». Мультиформатное общественное пространство на территории 400 гектаров, помимо появления дополнительных рабочих мест и улучшения экологии, способствовало притоку в город туристов. «За неполных четыре года работы мы фиксируем уже более 7,5 млн посещений, хотя ранее Магнитогорск никогда не был раскрученным туристическим брендом», — отмечает заместитель генерального директора ПАО «ММК» по социальным вопросам, директор «Территории Притяжения» **Алексей Жлоба**. Кроме того, рядом с территорией парка-курорта начато строительство первого в городе жилья уровня комфорт+.

Получается любопытный эффект: качество жизни в регионах все еще зависит от бюджетов и экономики, но уже не только от них. Девелоперы — особенно те, кто работает с КРТ и крупными проектами, — фактически берут на себя часть функций по формированию городской среды. Они создают стандарты, под которые потом подтягиваются и власти, и другие застройщики, и сам город в целом.

Разрыв между регионами не исчезнет за год-два. Но появляется новый механизм выравнивания: не через прямое финансирование сверху, а через создание точек притяжения — проектов, которые меняют представление о том, какой может быть жизнь в конкретном месте. И если раньше люди голосовали ногами, уезжая из депрессивных регионов, то теперь у территорий появляется шанс удержать своих и привлечь чужих — не обещаниями, а реальной средой. Рейтинг АСИ это фиксирует. Девелоперы это создают. А люди проверяют, выбирая, где им жить.



КРУГОМ ВОДА

ОЛЬГА ЩЕРБАКОВА

Как город осваивает свои прибрежные и островные территории и что из этого получается.



лагоустройство прибрежных территорий Москвы-реки стало одним из самых масштабных градостроительных проектов в столице за последние пятнадцать лет. К весне 2026 года обновили 64 набережные общей протяженностью 108 км. В прошлом году благоустройство захватило и Яузу — от высоты на Котельнической до проспекта Ветеранов. Параллельно активно внедряется регулярный водный транспорт. Но потенциал московских рек и водоемов все еще остается нераскрытым, считают урбанисты.

■ Новая жизнь набережных

«Именно слияние рек стало причиной возникновения города, и река по сей день остается частью городской идентичности. В XX веке вдоль рек прошли транспортные магистрали, берега укрепили набережными и отдали машинам. Настоящая борьба за возвращение реки горожанам началась с конца 1990-х: стало понятно, что прибрежные зоны — ценнейшее рекреационное, символическое и коммерческое пространство», — вспоминает сооснователь архитектурного бюро Wowhaus **Олег Шапиро**.

В 2013 году он вместе с партнером Дмитрием Ликиным разработал проект благоустройства Крымской набережной. Архитекторы превратили проезжую часть в большой променад. Живописный маршрут плавно перетекал в 10-километровую пешеходную и велосипедную зону от Музеона до Воробьевых гор.

Крымская набережная стала полигоном для отработки приемов современного благоустройства — от геопластики

до новейшей спортивной инфраструктуры. Проект получил признание москвичей, за последующие годы по его образцу реконструировали десятки столичных набережных — Лужнецкую, Фрунзенскую, Якиманскую, Пресненскую, Краснопресненскую. В поле зрения урбанистов попали и прилегающие территории, многие из которых превратились в парки.

Со временем к реорганизации прибрежных территорий подключились девелоперы. Группа ЛСР поучаствовала в благоустройстве набережной Марка Шагала и парка «Тюфелева роща», а по инициативе СЗ «Стадион «Спартак» в Покровском-Стрешневе появился экопарк Primavera. Территория находится в границах природно-исторического парка «Москворецкий», где запрещены капитальное строительство и вырубка насаждений. Ключевым элементом стал амфитеатр на 250 посетителей, построенный без бетона, — террасы сформированы из грунта и покрыты газоном. Вдоль воды протянулся маршрут длиной 1,5 км с деревянными настилами и смотровыми площадками.

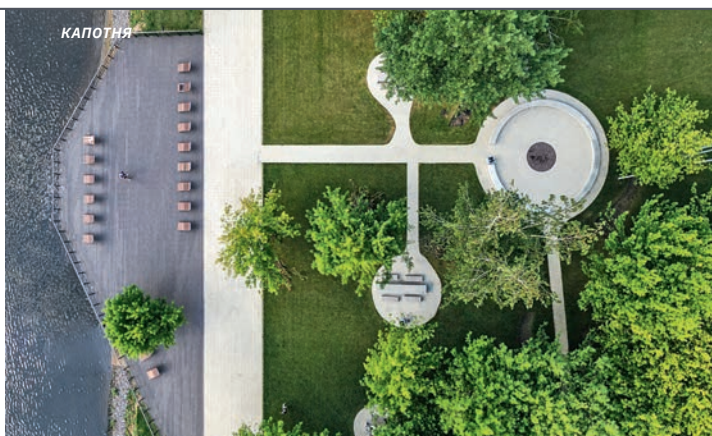
■ Московские острова

В акваториях Москвы-реки, Яузы и канала имени Москвы находится около двух десятков островов, в основном искусственных. Они появились в разное время при строительстве каналов и не всегда были интегрированы в городскую ткань. Самый известный — остров Балчуг между Москвой-рекой и Водоотводным каналом. В 2025 году завершилось строительство 58-метрового пешеходного моста, который соединил стрелку Балчуга с Крымской набережной. Так остров стал частью прогулочного маршрута протяженностью около восьми километров: от «ГЭС-2» через Крымскую набережную и Парк Горького до Воробьевых гор.

Многие московские острова все еще находятся в слепой зоне. Сейчас начинают осваиваться несколько островов в районе Южного порта. «На Бобровом острове, который речной порт раньше использовал для хранения древесины, мела и песка, начали строить курорт с оздоровительными и развлекательными зонами», — говорит Олег Шапиро.

Для небольших островов перспективной кажется модель сезонной эксплуатации, считает главный архитектор проектов 'nefa'architects' **Петр Клименко**. «Интеграция плавучих функциональных объектов в водное пространство не только позволит сконцентрировать на них основную посещаемость, но и станет катализатором развития прилегающих набережных. Такой подход, объединяющий берег, водную гладь и нетронутые острова, создаст новые точки притяжения. Вода, оживленная понтонами и плавучими платформами, превратится в интерактивную зону. Острова же обретут роль уникальных природных театров», — объясняет Клименко. ●▲

ФОТО: ДАНИИЛ АННЕНКОВ, СЕРГЕЙ ШОРОХОВ, ИЗ АРХИВА ПРЕСС-СЛУЖБЫ



КАК ГОРОД ДЕЙСТВУЕТ НА НЕРВЫ

НАТАЛЬЯ САМАРИНА

Город — место, которое действует нам на нервы. Жители мегаполиса под названием Москва наверняка согласятся с этим утверждением ученого Мазды Адли. Его считают отцом современной нейрорбанистики — науки, которая изучает, как город влияет на человека. В мире эта дисциплина получила активное развитие с середины 2010-х годов, до России добралась только сейчас.



Как объясняет профессор, академический руководитель Института когнитивных наук ВШЭ, заведующий международной лабораторией социальной нейробиологии **Василий Ключарев**, в этой сфере «объединились запросы» неравнодушных архитекторов, нейробиологов и медиков. Основные постулаты нейрорбанистики: окружающая среда должна положительно влиять на когнитивные функции, способствовать сохранению ментального здоровья и пробуждать в человеке активность. Хорошо обустроенные городские пространства стимулируют у людей социальную деятельность, а не заставляют как зоны некомфортные и неблагоприятные спешить домой. Даже недолгая прогулка (или пробежка) по парку, в котором сохранена естественная природная среда, запускает положительные изменения наших нейронов. А 40 минут такой эмоциональной разрядки в день укрепляют ментальное здоровье, утверждает доцент архитектурного факультета Санкт-Петербургского государственного архитектурно-строительного университета, исследователь в области нейрорбанистики и восприятия архитектурной среды **Надежда Керимова**.

Лечение природой

«Стресс в большом городе — это врожденная болезнь. Стресс и мегаполис — это брат и сестра», — писал **Мазда Адли**, который долгое время работал психиатром. Исследования, проводимые под руководством Василия Ключарева, подтверждают выкладки ученого. Лаборатория социальной нейробиологии ведет в Москве несколько проектов, изучающих работу мозга в городе, в частности, эффект влияния окружающей среды на тревожность школьников. Один из экспериментов выглядит так: испытуемого добровольца, обвешанного датчиками, отправляют на 20 минут погулять сначала в современный жилой комплекс, высотный, с плотной застройкой и практически отсутствующим озеленением (в народе такие называют «человейниками»), а потом — в старый «советский» малоэтажный зеленый квартал. После каждого возвращения в лаборатории регистрируется активность мозга и стрессоустойчивость. Эксперименты показывают, что человек быстрее восстанавливается от стресса после общения с природной средой.

«Создание природности во всех ее смыслах — древесные массивы, посадки на основе естественных биотопов, высокотравные цветущие газоны, водоемы, натуральные материалы в дизайне, спокойная расцветка фасадов — важный,



хотя и болезненный для экономики застройщиков тренд нейрорурбанизма», — говорит Надежда Керимова. Например, ФСК Family устройство пруда вместо парка в новом квартале таунхаусов в Мартемьянове обошлось в 30 млн рублей, признается управляющий партнер компании **Борис Цыркин**. Продажи идут хорошо, радуется он, и обещает «много зеленых зон» в каждой из очередей проекта: «Наша концепция — создать город за городом, объединив привычные горожанам удобства жизни с природной средой». «В одном из наших проектов 90% квартир смотрят на реку, — рассказывала директор по маркетингу и рекламе компании Pioneer **Ирина Пронина**. — Мы нашли много международных исследований, которые свидетельствуют: люди, которые каждый день смотрят на воду, живут на пять-семь лет дольше. Они могут не осознавать новые веяния нейрорурбанистики, но положительно реагируют, когда из любой комнаты видят незастроенный горизонт или водную гладь».

Компания Glorax пару лет назад создала лабораторию прогрессивных продуктовых решений, собрав экспертов нейрореконструирования, биохакинга, детской психологии, спортивной физиологии и ландшафтного дизайнера, чтобы видеть будущую жилую среду «глазами прогрессивного научного человека».

Действительно, привлечение специалистов из смежных сфер позволит вывести девелоперский продукт на новый уровень. Архбюро Wowhaus уже несколько лет приглашает к работе над проектами (особенно сложными) различных экспертов. «Мы обращаемся к специалистам по транспорту и свету, социологам. Когда есть специальный вопрос о театральном пространстве или особо опасных зонах, то можем обратиться к психологам», — рассказал сооснователь Wowhaus **Олег Шапиро**.

Затраты на благоустройство в общем бюджете проекта составляют обычно 5–7%, отмечает руководитель перспективных проектов Level Group **Артем Охмат**, подчеркивая, что усложнение этой части не сильно сказывается на стоимости метра, но дает ощутимый и значимый эффект для жителей. Использование, к примеру, на детских площадках естественных холмов, деревьев, камней, по его словам, «не только снижает затраты на искусственные конструкции, но и дает ребенку тот самый необходимый для развития мозга опыт взаимодействия с непредсказуемой, разнообразной средой».

В Москве уже более 10 лет действует программа «Миллион деревьев»: во дворах высаживаются устойчивые в городской среде деревья и кустарники, формируется система озеленения. Начиная с 2025 года столичные власти стали устанавливать и на центральных улицах арки и стены из живых цветов вместо пластиковых. А девелоперы в премиальных проектах парки и сады разбивают уже не только во внутренних дворах, но и на крышах и террасах на стилобатах. Есть примеры, когда элитные высотки «объединяются» с расположенными рядом городскими набережными, скверами или лесопосадками, которые застройщик еще и облагородил за свой счет. «Небесный сад» появится даже в новой офисной башне в «Москве-Сити». Впрочем, он займет всего 1000 кв. м и будет скрыт внутри здания — в отличие, например, от полностью озелененных высоток архитектора Стефано Боэри, который стал знаменит благодаря своим вертикальным лесам.

■ Масштаб человека

Нейрорурбанистика — новое название того, чем всегда занималась архитектура. А занималась она изучением психологии восприятия, отношения человека к пространству, отмечает

Олег Шапиро: «Пространство остается комфортным до тех пор, пока вы можете видеть лицо человека. Как только вы не можете распознать лицо, это пространство можно считать опасным». Является городской средой дружелюбной или недружелюбной, зависит от многих факторов, продолжает архитектор. В их числе «самые простые бытовые вещи»: чтобы машины ездили безопасно, тротуары были чистыми, зелени много, шума поменьше. Правда, отмечает эксперт, эти простые вещи в городе сложно организовать.

Автор данной статьи вспоминает разговор с руководителем одной из крупнейших девелоперских компаний, которая несколько лет назад начала возводить в пойме Москвы-реки миллион квадратных метров: «Город всегда будет застраиваться, но вы не волнуйтесь, у нас там будут малоэтажные дома — не выше 25 этажей».

Исследования, проводимые еще в 1970–1980-х годах в Токио, который начал расти вверх и уплотняться, подтвердили рост числа сердечно-сосудистых заболеваний, которому способствовал новый урбанизм. Образ жизни японцев, переехавших в высотные районы, изменился: на смену бытовой активности (работа в саду, подъем по лестнице в собственный дом, пешие прогулки по району) пришла гиподинамия. Даже дети, живущие на верхних этажах, реже выходили гулять.

С точки зрения нейробиологии высотная среда неестественна для человека и попросту перегружает мозг, напоминает Василий Ключарев. Поэтому средой мегаполиса необходимо приближать к природной, организуя систему водоемов, зеленых скверов, высоких лесопосадок. Не лишней будет установка биомимикрирующих и адаптивных фасадов, использование экодружелюбных технологий внутри жилых комплексов. Застройщикам, по мнению нейробиолога, нужно не только считать число этажей, куда можно вместить как можно больше метров на продажу, но и способствовать поддержанию устойчивости городской среды.

Понятно, что жить в городе и быть свободным от города нельзя. «Применять принципы нейрорурбанизма в эконом-классе сложно. То, что предлагается, зачастую дорого и трудно реализуемо», — отмечает председатель экспертного совета Агентства стратегического развития «Центр» **Сергей Георгиевский**. Однако крупнейшие девелоперы могут себе позволить исследования психологии потребителей, привлечение ученых для разработки недорогих стандартизированных решений, которые затем тиражируются, признает он. Запрос на это есть: «Современный человек стремится к психологическому балансу, здоровой среде, его влекут «природоподобные» ландшафты и колористические решения, но остается желание экономить каждую копейку».

Тем не менее поиск компромисса между новыми подходами и рентабельностью становится все более настойчивым. Эксперт полагает, что наиболее полно реализовать идеи нейрорурбанизма можно, только объединив усилия застройщиков и города для создания интегрированной концепции на макротерритории: «Примеры такого подхода — комплексное развитие Южного порта и ЗИЛ, где формируется среда, в большой степени соответствующая нейрорурбанистическим тенденциям». То есть пока такой подход скорее характерен для новых крупных городских районов, где сопрягаются интересы множества сторон, способных и желающих создавать современную среду. ▲●



ТИПОВОЙ ПРЕМИУМ

ЧТО СЕГОДНЯ ВХОДИТ В БАЗОВЫЙ НАБОР ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ



ДЕНИС ТЫКУЛОВ

Покупатели дорогого жилья в Москве давно выбирают не квадратные метры, а комфортную среду обитания: приватность, архитектуру, инфраструктуру и качественный сервис. Однако стандарты комфорта и качества — величины крайне динамичные. И если формальные критерии более-менее устоявшейся классификации почти не меняются, то требования покупателей к планировкам, инженерии и консьерж-сервису обновляются как минимум ежегодно. Девелоперам приходится с той же регулярностью пересматривать собственные чек-листы.



дом 56

ПРЕМИУМ-КВАРТАЛ
НА БАУМАНСКОЙ



РЕКЛАМА



ВИДОВЫЕ КВАРТИРЫ В ТИХОМ ЦЕНТРЕ

- УЮТНЫЙ БАСМАННЫЙ РАЙОН
- АВТОРСКИЕ ФОРМАТЫ С ОТДЕЛКОЙ И БЕЗ
- ПРИВАТНЫЙ ДВОР С БИОНИЧЕСКИМ САДОМ
- ВВОД В 2026 ГОДУ



ГАЛС

РЕКЛАМА. ЗАСТРОЙЩИК ООО «ГАЛС-ФРИДРИХА ЭНГЕЛЬСА».
ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА НАШ.ДОМ.РФ И НА HALS-DEVELOPMENT.RU



Вместе с экспертами рынка Forbes Real Estate решил разобраться, что сегодня считается базовым минимумом для элитных новостроек. А заодно слегка забежать вперед и попытаться понять, какие опции войдут в обязательный перечень застройщиков элитных ЖК в ближайшем будущем.

■ Сценарная гибкость или приватность

Если смотреть на рынок дорогих новостроек в целом, можно выделить два концептуальных вектора, которые задают базовую комплектацию строящихся проектов: сценарная гибкость и контролируемая приватность.

Единственной бесспорной инфраструктурной опцией в обоих случаях остается лобби. В последнее время этот элемент серьезно трансформировался. Еще пять лет назад входные группы выполняли преимущественно декоративную функцию. Сейчас «сформирован устойчивый запрос на их функциональность: в этой зоне должно быть комфортно работать, встречаться с соседями, вести переговоры или отдыхать с детьми», говорит коммерческий директор компании «Плато Девелопмент» **Станислав Банников**.

Премиальные жилые комплексы все чаще проектируются как экосистема, закрывающая часть повседневных задач резидентов. В стандартную комплектацию таких проектов входят коворкинг-зоны, различные детские и подростковые пространства, спроектированные с учетом возрастных потребностей, помещения для бытового сервиса и многие другие опции. А в ближайшем будущем, по мнению коммерческого директора ГК «Основа» **Игоря Сибренкова**, в базовый набор добавятся VR-тренажеры и звукоизолированные капсулы для видеоконференций.

Главный фильтр класса делюкс — камерность. В первую очередь сегмент представлен клубными домами с высоким уровнем приватности и безопасности. «[Максимум] две-четыре квартиры на этаже, качественная шумоизоляция, многоуровневая система контроля доступа, круглосуточная

Главный фильтр класса делюкс — камерность. Критически важна организация изолированных зон и маршрутов для персонала

охрана и полностью закрытая территория, — перечисляет отличительные особенности таких проектов директор управления элитной недвижимостью компании «Метриум Премиум» **Анна Раджабова**. — Критически важна организация изолированных зон и маршрутов для персонала».

Гендиректор компании «Intermark Городская Недвижимость» **Дмитрий Халин** отмечает, что в новых люксовых проектах чаще закладываются drop-off-зоны и системы бесконтактного приема доставок, а традиционные рестораны постепенно уступают место dark kitchen, закрывающим потребности в питании без постороннего трафика. Собственная инфраструктура внутри таких домов вообще не обязательное условие. «Есть проекты, обладающие исключительно жилой функцией и не нацеленные на формирование комьюнити», — замечает Анна Раджабова.

В отличие от инфраструктурного набора к сервису покупатели элитного жилья предъявляют жесткие и однозначные требования. Базовый минимум для современных домов: профессиональная управляющая компания с прозрачными тарифами, единое приложение и круглосуточный консьерж. В классе делюкс планка поднимается до персонализированного lifestyle-сервиса. Консьерж-служба должна решать нестандартные задачи, помогать в организации досуга или путешествий.

Визуальный код

В целом на премиальном рынке архитектура давно воспринимается не в качестве декорации, а как ядро продукта. Чтобы сегодня привлечь внимание покупателей, рассуждает Игорь Сибренков, проект должен иметь единый визуальный код, связывающий фасад, дворовые и общественные зоны, и приводит в пример уже реализованный проект RED 7, в котором пиксельная архитектура бюро MVRDV из Нидерландов, дизайн общественных пространств от голландской художницы Сабин Марселис, а также интерьеры лотов, созданные российским бюро Олега Клодта, сочетаются в единую систему.

Что касается стандартов квартир, то, как замечает Дмитрий Халин, многие покупатели обращают внимание на

высоту потолков: лоты, где она ниже трех метров, выпадают из поля зрения целевой аудитории.

Не менее важный момент — площадь общественной зоны, несущей функции кухни, столовой и гостиной: по словам эксперта, она должна занимать не менее 30% общей площади квартиры. Еще один важный маркер — количество санузлов должно соответствовать числу спален. «Рынок жилья высокого класса больше не терпит компромиссов: если базовая эргономика не соблюдена, спроса на объект не будет», — резюмирует Дмитрий Халин.

В ближайшем будущем, по мнению эксперта, дополнительным стандартом элитного жилья станут входные двери, которые формируют первое важное впечатление жилого пространства. «До сих пор московские застройщики уделяют мало внимания этому элементу, тогда как в зарубежных проектах устанавливают полноценные двустворчатые дизайнерские двери, сделанные из качественных материалов», — отмечает эксперт.



Невидимая основа

Если архитектура задает визуальный код, то инженерия формирует физический комфорт. На текущий момент в обязательную комплектацию, по словам члена правления ассоциации агентств элитной недвижимости AREA **Евгения Скоморовского**, входят приточно-вытяжная вентиляция с тонкой фильтрацией, центральное или зональное кондиционирование, системы увлажнения, а также многоступенчатая очистка воды до питьевого уровня.

Нормой стала и цифровизация: единый интерфейс для управления климатом, светом, шторами и другими функциями умного дома, по словам эксперта, закладывается в большинстве элитных проектов еще на этапе проектирования. А в ближайшее время, уверен Станислав Банников, системы умного дома перейдут от ручных настроек к адаптивным сценариям.

«Следующий этап развития — проактивный умный дом на базе искусственного интеллекта, который будет обучаться, ориентируясь на поведение и привычки людей, живущих в квартире, — предполагает Банников. — Например, если сейчас нужно запрограммировать включение вечернего освещения, то умный дом нового поколения научится делать это сам, просто наблюдая за вашими действиями».

Еще один вектор развития инженерии — энергоэффективность. Как замечает Евгений Скоморовский, ESG-повестка в Москве пока не имеет жестких критериев, но постепенно вшивается в «тихий стандарт» верхнего сегмента. Экологичность, по его словам, уже влияет на выбор проектов, но в ближайшие годы энергоэффективность и зеленые технологии окончательно закрепятся среди обязательных пунктов для девелоперов, реализующих высокобюджетное жилье.

В общем, базовая комплектация элитного жилья — это не статичный набор опций, а динамичная система, реагирующая на изменение образа жизни покупателей. ▲▲

То, что еще вчера воспринималось как маркетинговое преимущество или некая надстройка, сегодня становится обязательным условием выхода на рынок. Застройщикам, игнорирующим эту эволюцию, придется столкнуться с тем, что формальное соответствие классу перестанет конвертироваться в реальный спрос

ЧТО КРОМЕ БЕТОНА?



КРИСТИНА АЛЬТМАН,

директор по маркетингу MR Private

Делюкс-сегмент в недвижимости всегда предлагал нечто большее, чем жилую функцию. Со временем к архитектуре и адресу добавлялись история места, искусство, наследие. Сегодня ответственность девелопера выходит за рамки строительного проекта. Инфраструктура, сервис и сопровождение для этого уровня рынка — базовое условие. Более сложная задача — создать условия для качественной жизни, где дом становится частью личной и семейной траектории человека.



Когда стоимость квадратного метра начинается от 2 млн рублей, критерии выбора не ограничиваются площадью, ценой и инфраструктурой. Важны стоящие за проектом имена, ощущение от дома, знакомость территории и ценность в долгой перспективе. Как в коллекции искусства, приобретение становится не просто покупкой, а высказыванием. Поэтому девелопер в делюксе становится автором среды — и тогда другой глубины проработки требуют партнерства, работа с контекстом, философия, смыслы.

Мы называем наши объекты коллекционной недвижимостью, потому что это определение задает сам подход: мы создаем галерею проектов, каждый из которых — авторская работа с собственной эстетикой, историей и характером. Дополняющие здание предметы искусства, фактура камня, гений места — все это складывается в пространство, в которое хочется возвращаться.

Вообще искусство в делюксе не только декоративный элемент и способ сделать лобби более эффективным. Оно раскрывает характер дома, связывает его с контекстом, задает уровень визуальной культуры. Интерьеры с работами художников, предметами коллекционного дизайна или историческими артефактами воспринимаются иначе. Поэтому мы работаем



ИНТЕРЬЕРЫ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ В ПРОЕКТАХ MR PRIVATE

с архитекторами, художниками, галереями, дизайнерами — со всеми, кто помогает наполнить проект содержанием.

Так, в проекте на Никольской концепцию разрабатывали Heatherwick Studio и Paris Classical Architecture, а над интерьерами работали Hirsch Bedner Associates и французская CoHo Interior Design. Команда переосмыслила историю московской архитектурной гаммы через оттенки золота, бронзы и мрамора. В клубном доме между Сретенкой и Цветным бульваром бюро «Цимайло, Ляшенко и Партнеры» развернуло каждый «пиксель» фасада под определенным углом к солнцу — так свет в квартирах меняется в течение дня. В фамильном доме в Крестовоздвиженском переулке Марко Казамонти из флорентийского бюро Archea Associati оставил свою подпись в разных сценариях дома — от секретного сада до гранд-лобби с потолками 8,5 метра. Эти решения важны не сами по себе, а потому что из них складывается идентичность места, которую невозможно перенести по другому адресу.

Для меня эта тема отчасти личная. Я много лет связана с искусством: владела галереей, а позже основала детский образовательный проект KidsArtWeekend. Этот опыт повлиял на мое понимание того, как искусство меняет оптику человека, учит видеть детали и считывать глубину окружающей среды.

Детские арт-пространства в наших проектах — продолжение той же философии. Создавая дома для семей, мы думаем не только о взрослых сценариях жизни, но и о том, в каком культурном поле растут дети. Поэтому это не игровые комнаты, а среда для естественного контакта с искусством: работы размещены на уровне глаз ребенка, чтобы он мог рассматривать их, задавать вопросы и воспринимать искусство как часть повседневности.

Вопрос «что кроме бетона?» теперь для делюкса становится главным. Бетон, инженерия, архитектура, сервис — основа. Но за ней начинается способность создать пространство со вкусом, в котором есть память места и ощущение будущего. Это отличает просто дорогую недвижимость от коллекционной, которую хочется сохранить и передать следующему поколению. ▲■

МАНЯ ДУХАМИ И ТУМАНАМИ

ЮЛИЯ ГАВРИШ

Сегмент рынка элитной недвижимости отличается не только дорогими кирпичами и импортным бетоном. Пожалуй, самое интересное здесь — мотивация покупки.



ытаясь разобраться в градации ценностей для покупателя, на первое место эксперты традиционно ставят локацию. Это справедливо — в престижных центральных районах есть смысл строить статусную недвижимость, «утяжеляя» и без того дорогостоящий участок земли присущими «тяжелому люксу» атрибутами: архитектурой, дорогими материалами.

Но всегда ли только адрес продает объект или что-то еще может сподвигнуть супербогатого человека заплатить миллионы за квартиру? Отвечая на этот вопрос, эксперты не только рассказали об общих трендах последних лет, но и вспомнили уникальные случаи, когда главной целью покупки объекта недвижимости становилась вовсе не недвижимость как таковая.

Важно то, что внутри

Об удивительных приключениях российских инвесторов в Италии поведала управляющий партнер мультисемейного офиса Sesegar Your Family Office и представитель AREA **Ирина Жарова-Райт**: «На продажу с аукциона в Венеции было выставлено Палаццо Паули, известное также как дворец Тревизан Капелло — Palazzo Trevisan Cappello. Главный интерес к этой недвижимости объяснялся тем, что в здании дворца до самого его закрытия хранила свои коллекции фабрика Pauly & C. Предметы интерьера и дизайна из муранского стекла, которые производились с 1866 года, элегантные и крайне современные. Купив с торгов не только прекрасное палаццо времен Медичи, но и шедевры работы мастеров Паули, инвесторы, можно сказать, получили суперприз. Каталог аукционного дома Sotheby's, который описывает всю коллекцию, еще можно найти в сети, а результаты торгов превзошли самые смелые ожидания: впоследствии коллекция была продана более чем за €20 млн».

Похожая история могла бы случиться и в России, но помешали нерешительность и пандемия. «Однажды один из коллекционеров и поклонников творчества скульптора Марка Антокольского прознал, что в особняке в Малом Власьевском, 12, находится сохранившийся «подписной» потолок работы Антокольского, и возжелал главным образом именно этот потолок, а вовсе не особняк, который в тот момент находился в закрытых продажах по цене \$55 млн, — рассказывает Ирина Жарова-Райт. — Быстро приобрести желаемый шедевр не представлялось возможным: цена кусалась, вводила в тягостные раздумья, а тут еще и ковид случился. Пока наш коллекционер добирался в Россию, решал вопрос с финансами и торговался, особняк выкупило правительство Южной



ARMANI CASA MOSCOW RESIDENCES

Кореи». Утерянное счастье было так возможно, что несостоявшийся покупатель сокрушается уже седьмой год, что в его коллекции нет «потолка», расписанного Антокольским.

Вино, хлеб и искусство

В России элитный рынок относительно молод. После длительного советского периода, когда владеть собственностью было не принято, первые «элитки» казались прекрасными сами по себе: Вересаева, 6, «Агаларов Хаус», «Золотые ключи», «Эдельвейс». Сейчас они вызывают улыбку, особенно на фоне изменений последних десятилетий. «Рынок элитной недвижимости прошел путь, который я сравниваю с эволюцией самого человека: от желания «иметь» к потребности «быть», — рассуждает CEO MAD Architects **Мария Николаева**. — Если лет 10–15 назад все мерились метражом, высотой потолков и тем, кто делал фасад, то сегодня рынок уверенно качнулся в сторону наполнения самого объекта ценностями другого порядка. По данным аналитики Knight Frank и NF Group, за период с 2018 по 2024 год прямая корреляция между ценой квадратного метра и наличием того, что я называю «интегрированным искусством» в лобби и местах общего пользования (МОП), достигла 15–20% премии к стоимости. Если 10 лет назад покупатель доплачивал за имя архитектора фасада, то теперь премия — за культурную ценность внутри». Элитный рынок переходит от «инсталляции ради пиара» к «частной коллекции с правом наследования».

Покупатели класса дельюкс сегодня требуют, чтобы арт-объект в лобби:

- был передан в собственность ТСН с отдельным страховым полисом;
- имел паспорт хранения: регламент очистки, температурно-влажностный режим;
- был частью архитектурного объема, а не «приклеенным» декором, который вечно мешает проходу или обслуживанию инженерных систем.



ARMANI CASA MOSCOW RESIDENCES

Аромат дома становится его визитной карточкой, такой же важной, как фасад

Дальше — больше: искусство становится главным инструментом персонализации. «Раньше мы делали планировки, а потом владельцы думали, куда приткнуть свою коллекцию. Теперь планировки диктуются искусством. Заказчики все чаще приходят с уже сформированной коллекцией, и задача архитекторов — «посадить» эти объекты под правильный свет, создать для них нужные пропорции и фон, — продолжает Мария Николаева. — Появляются «комнаты для коллекций», где предусмотрены специальные климатические условия и охраняемые витрины. Архитектура в элитном сегменте работает на все органы чувств, а фокус смещается на «объекты притяжения». Примером служат терруарные винные погреба с коллекциями, заложенными на старте продаж. Опираясь на международный опыт, мы видим, что вино и искусство перестали быть просто дополнительными опциями. Сегодня они выступают смыслообразующими ядрами жилых комплексов».

Еще 10 лет назад брокеры загородного элитного рынка (который до сих пор преимущественно вторичный) делились «бабушкиными лайфхаками». Например, как рассказала однажды автору «золотой» брокер агентства Penny Lane Realty, планируя показ дома под ключ, где еще проживали владельцы, она всегда просила с утра печь вкусные пироги или хлеб. «Потенциальный покупатель не просто разглядывает стены и мебель, он уже представляет себя живущим в этих стенах. Ему нужна атмосфера дома — и ничто так не передает ее, как аромат».

«Все чаще мы обсуждаем с девелоперами возможность внедрения индивидуальных ольфакторных сценариев, — рассказывает Мария Николаева. — Аромат дома становится его визитной карточкой, такой же важной, как фасад». Согласно исследованию Luxury Institute, 74% состоятельных покупателей (с капиталом от \$30 млн) в Европе и ОАЭ называют узнаваемый аромат

здания ключевым критерием перехода из премиум-сегмента в делюкс. В Москве пока таких решений меньше 5%, и это открывает огромное окно возможностей для проектов, которые претендуют на статус истинного люкса.

Бренд имеет значение

Практика наделять дорогую недвижимость комплементарным брендом в России появилась относительно недавно. Одним из первых «брендированных» проектов в Москве, покорившим сердца и состоятельные карманы, стал Noble Row, интерьеры которого разрабатывались и воплощались домом Ralph Lauren. Нельзя утверждать, что проект «продал» именно бренд — в совокупности здесь было предложено немало «вкусного»: и расположение, и формат (шесть квартир в несколько этажей с отдельным входом каждая), и готовность под ключ, вплоть до чайных ложек. Однако факт: до сих пор влюбленные покупатели стоят в очереди на вторичном рынке.

Генеральный директор компании VOS'HOD Диана Нилиповская считает, что участие бренда добавляет от 10–15% до 30–40% к цене квартир в люксовом проекте. В Москве до 2022 года тренд на брендированные проекты активно развивался, появлялись коллаборации российских девелоперов с международными отельными операторами и дизайнерскими брендами, рассказывает эксперт: «Многие из них официально ушли из России, что стало разочарованием для покупателей,

от **10–15%**
до **30–40%**
добавляет к цене квартир в люксовом проекте участие бренда

рассчитывавших на сервисы и качество услуг и фактически плативших премию за бренд».

Сейчас девелоперы переориентируются в сторону азиатских и ближневосточных люксовых имен, так же — отельных и дизайнерских. Но это скорее идеи и намерения. Зарубежные партнеры пока оценивают, насколько им интересен российский рынок, ведь сначала нужно наладить отельный бизнес. Заходить с нуля в управление одним проектом нецелесообразно. Этот фактор в свое время ограничивал реализацию сервисов от международных отельеров в московских элитных клубных домах, так как без отеля в составе проекта операторы не были заинтересованы в оказании сервисных услуг жителям.

У VOS'HOD богатый опыт по части интеграции брендов в собственные проекты. «Все коллекционные проекты в той или иной степени взаимодействуют с фешен-брендами, — рассказывает Диана Нилиповская. — Например, при создании концепции клубного дома в Брюсовом переулке мы вдохновлялись утонченной эстетикой тканей Logo Piana. Узнаваемый и характерный стиль Ralph Lauren реализован в интерьерах дома в Санкт-Петербурге. Фирменная мебель, лепнина и декор, кухни и многое другое выполнены по индивидуальным чертежам дизайнерами бюро, эксклюзивно работающего с Ralph Lauren по всему миру». И конечно, Armani/Casa Moscow Residences, жилой дом в формате официальной коллаборации с фешен-брендом. В данном случае дизайн резиденций и общественных пространств, вплоть до паркинга, разработан бюро Armani/Casa Interior Design Studio под личным руководством Джорджо Армани. Отделочные материалы, кухонная мебель, оборудование для ванных комнат и сантехника — все в доме от именитого бренда. Воплотить концепцию в жизнь в соответствии с первоначальным замыслом удалось, обеспечив поставку материалов и инженерного оборудования согласно утвержденному проекту еще до разрыва логистических цепочек и подорожания.

■ Магия места

Вице-президент по продукту Smineх Александр Лагутов признается, что задачи обязательно подобрать для каждого проекта предметы искусства у девелопера нет, хотя среди покупателей есть коллекционеры. И клиенты обращают внимание на интегрированные в пространство арт-объекты. По

словам собеседника Forbes Real Estate, продукт все же выбирают за совокупность всех его характеристик, иногда именно сама локация вдохновляет.

Эксперты в самом дорогом жилье отмечают, что покупателям важны скорее сопутствующие адресу производные. Если речь идет об историческом центре, то чаще всего это отреставрированные (реновированные) дома, которые ценны своей историей. «Мы продаем не кирпичи, мы продаем причастность к истории, закрытому кругу, доступ к особому комфорту, эмоциям и впечатлениям. И понимаем, что локация — это не только комфортный район, но и места, где жили и творили Пушкин, Чайковский, Плисецкая. Где писалась история», — рассказывает владелец агентства «Ашихмин и партнеры» **Григорий Ашихмин**. По его словам, видовые характеристики имеют собственную ценность: «Виды из окон пентхауса в клубном доме на три стороны света — на ансамбль Кремля, церковь Святого Андрея, консерваторию имени П. И. Чайковского — дорогого стоят. Представьте, какой культурный код заложен во всем этом. Как сказал один наш клиент, деньги можно заработать еще, а такой вид второй раз купить не получится».

По части видов и расположения Smineх знает толк: у девелопера есть проект в Замоскворечье с видом на Кремль и буквально по соседству с ним, у Красной площади. Конечно, такую историю нельзя было не обыграть. «Центральное лобби и холлы проекта на Ильинке, на месте Теплых торговых рядов, украшены работами фотохудожника **Владимира Клавихо-Телепнева** из серии Kremlin, — делится подробностями Александр Лагутов. — Сюжеты из жизни Теремного дворца позволяют заглянуть в самую таинственную постройку Кремля, золотые купола соборов отсылают к богатой духовной культуре места, а павлин напоминает об эпохе Ивана Грозного — царь держал при дворе этих экзотических птиц. Архитектура современных особняков в составе ансамбля исполнена в неорусском стиле».

■ Слово художника

«История серии Kremlin началась много лет назад, — рассказал фотохудожник Владимир Клавихо-Телепнев. — Мои дети тогда были еще совсем маленькими и катались на санках у стен Кремля. В то время я рассказывал им, что это просто замок. И вот однажды сделал несколько кадров, где Кремль оказался не похож сам на себя — это была уже не крепость, а гостеприимный дом. Позже, работая с документами на его территории, я часто наблюдал, как люди просто гуляют среди древних храмов, сидят на скамьях, общаются. А ведь когда-то москвичи здесь так и жили». Новые жилые проекты рядом с Красной площадью «сбивают ощущение неприступности заповедной территории».

Пожалуй, стремление наполнить жизнью холодную безупречность современных элитных домов можно выделить в отдельный тренд. Недвижимость в этом смысле лишь отражает эволюционный путь, который проходят элиты. Однажды уже доказав себе и миру свое право на роскошь, человек словно разворачивается от примитивной предметности к красоте простого и вечного. «Основной тренд, влияющий на эстетику и ценности рынка элитной недвижимости, — в уходе от глобальных стандартов к глубокой аутентичности, — объясняет Мария Николаева. — Людям больше неинтересен еще один дом с мрамором и хрусталем. Интересно пространство, которое отражает их внутренний мир, их историю, коллекцию идей и делает это с уважением к истории места, где находится».



РАБОТА КЛАВИХО-ТЕЛЕПНЕВА В ПРОЕКТЕ SMINEХ НА ИЛЬИНКЕ

КВАДРАТНЫЙ МЕТР ПРИБРЕТАЕТ «ЦИФРОВУЮ ГРАНЬ»



АНДРЕЙ МУХИН,

генеральный директор «Галс-Девелопмента»

Строительная отрасль постепенно переходит к цифровым решениям, которые трансформируют все этапы, от проектирования до работ на стройплощадке и последующей эксплуатации. В готовых жилых комплексах и бизнес-центрах пространства также преобразуются с помощью цифровых решений.



Основное преимущество применения цифровых сервисов в девелопменте — ускорение и упрощение коммуникации между всеми участниками строительного процесса. Теперь рабочая документация и перечень работ формируются на специальной платформе в реальном времени, информация практически мгновенно становится доступной не только руководителям проекта, но и прорабу.



Помимо цифровых сервисов, мы активно внедряем на своих стройплощадках самые разные роботизированные механизмы — как российские разработки, так и иностранные. Конечно, на первом этапе их освоения необходимость взаимодействовать с новой техникой усложнила работу строительных бригад, но одновременно увеличила их выработку, а значит, и заработок. Это позволило генподрядчику нанимать качественные бригады, снизило практически до нуля количество ошибок на площадке и увеличило скорость строительства. Например, применение экзоскелета «легкая рука» увеличивает дневную выработку на 15%, «умный» кран ускоряет высотные работы на 10%, а гусеничный подъемник дает прирост производительности на 50%, сокращая сроки выполнения работ в 1,5 раза.

А когда стройка идет быстрее — доходность проекта выше. Если вкладывать сэкономленное в продукт, можно сдерживать рост себестоимости, добавляя проекту качества.

Цифровые системы меняют и подход к эксплуатации. Сегодня все наши объекты подключены к единому ситуационному центру, который в режиме 24/7 мониторит состояние инженерных систем и контур безопасности зданий. На нескольких наших объектах, где мы пилотируем цифру в эксплуатации, роботы-консьержи уже доставляют посылки резидентам, самостоятельно передвигаясь на лифтах по этажам, а роботы-уборщики заменили низкоквалифицированный ручной труд. Также для арендаторов и резидентов мы планируем запустить сервис каршеринга экологичного транспорта — электромобилей «Атом». Машины можно будет брать непосредственно в паркинге зданий. Пилотный проект будет реализован в этом году в здании нашей штаб-квартиры.

Здания с подобными сервисами, будь то жилые комплексы или бизнес-центры, станут новым стандартом продукта в девелопменте. И чтобы все работало качественно, все эти и другие инновации необходимо закладывать еще на стадии проектирования объекта. Например, для того чтобы запустить роботов, надо написать коды для их «общения» с лифтами, домофонами и входными дверьми, убрать все порожки в подъезде, лишние двери и ограничители, для паркинга предусмотреть электророзетки. Так девелоперский проект с самого начала приобретает свойства «цифровой грани» квадратного метра, и я уверен, что это только начало трансформации в отрасли. ▲■



1



3

КРАСОТА — СТРАШНАЯ СИЛА ПРОДАЖ: КАК АРТ-ОБЪЕКТЫ РАБОТАЮТ НА ДЕВЕЛОПЕРОВ

Арт-объекты в девелопменте — не только декор, но и инструмент коммуникации и формирования среды. Искусство влияет на продажи, репутацию и создает новую ценность проектов, даже если это не всегда можно выразить в цифрах. Представляем небольшую галерею произведений в разных жанрах от девелоперов премиального жилья.



ЕКАТЕРИНА АРТЕМЬЕВА,

основатель
коммуникационного
агентства «Сообщники»

«Искусство позволяет бизнесу выйти за рамки привычного рекламного языка и говорить с потребителями напрямую. Арт — один из эффективных инструментов, способный создать новый тип коммуникации — более эмоциональный, заметный и долговечный, чем рекламная кампания»



2



1. АНГЕЛ НА СТУПЕНЯХ ОФИСНОГО КВАРТАЛА STONE TOWERS В БУМАЖНОМ ПРОЕЗДЕ ДОБАВЛЯЕТ В ДЕЛОВОЕ ПРОСТРАНСТВО НЕМНОГО СВЕТА И ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ТЕПЛА. АВТОР – ЖЕНЯ ЖЕЛВАКОВ.
2. «МЕТАФОРА» – ОДНА ИЗ 10 ИНСТАЛЛЯЦИЙ В ЛОББИ ЖК ПРЕМИУМ-КЛАССА «СИДНЕЙ ПРАЙМ» ОТ ОЛЕГА КЛОДТА. КОНСТРУКЦИЯ ИЗ ПРОЗРАЧНЫХ ПЛАСТИН, НАПОМИНАЮЩАЯ КРУГОВОРОТ ЛИСТЫ, ТРАНСФОРМИРУЮЩИЙСЯ В КАПЛЮ.
3. «БАЛЕРИНА» СЕРГЕЯ ШЕХОВЦОВА ДЛЯ ПРОЕКТА «СИМФОНΙΑ 34». ФИГУРКОЙ БАЛЕРИНЫ НА СМЯТОЙ БАНКЕ ХУДОЖНИК ГОВОРИТ О СТРЕМЛЕНИИ ЗАВЕРШИТЬ ЭПОХУ КОНСЬЮМЕРИЗМА И ВЕРНУТЬ КУЛЬТУРОЦЕНТРИЧНОЕ ОБЩЕСТВО.
4. ИНСТАЛЛЯЦИЯ VERTIGO («ГОЛОВОКРУЖЕНИЕ») ВИКТОРА ПОЛЯКОВА У ОФИСА ПРОДАЖ «СИТИДЗЕН» ПРИЗВАНА ЗАСТАВИТЬ ЗАДУМАТЬСЯ О ВРЕМЕНИ, ТЕХНОЛОГИЯХ И СВЯЗИ ЧЕЛОВЕКА С ОКРУЖАЮЩИМ МИРОМ. ЗЕРКАЛЬНЫЕ КОЛЬЦА ВРАЩАЮТСЯ ВОКРУГ ОДНОЙ ОСИ.
5. «КОСМОНАВТ» СЕРГЕЯ ШЕХОВЦОВА РЯДОМ С ОФИСОМ ПРОДАЖ ЖК «ДЖОЙС» В СТИЛИСТИКЕ ПОП-АРТА. СКУЛЬПТУРА ИЗОБРАЖАЕТ КОСМОС КАК НОВОЕ БУДУЩЕЕ, А КОСМОНАВТА – КАК АЛЛЕГОРИЮ ВРЕМЕННОГО ПОРТАЛА В НЕГО.
6. МОЗАИЧНОЕ ПАННО ИЗ 50 000 ЭЛЕМЕНТОВ СМАЛЬТЫ В ПАРАДНОМ ВЕСТИБУЛЕ ДОМА «ИНСТИТУТСКИЙ 16» В СТИЛЕ АР-ДЕКО (САНКТ-ПЕТЕРБУРГ). АВТОРЫ – МЭТРЫ СТАНКОВОЙ ЖИВОПИСИ МАСТЕРСКОЙ АННЫ КАРПОВОЙ И АНДРЕЯ ЖУРАВЛЕВА.
7. ГАЛЕРЕЯ РАБОТ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА В ЛОББИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО КОРПУСА КЛУБНОГО ДОМА «ДОЛГОРУКОВСКАЯ 25» РЕГУЛЯРНО ОБНОВЛЯЕТСЯ. ВЫСТАВКА «В ГРАНИЦАХ ПАМЯТИ И ВООБРАЖЕНИЯ» – ЭТО ПРОЕКТ АССОЦИАЦИИ ART VUE, ИССЛЕДУЮЩИЙ ПЕРЕПЛЕТЕНИЕ ЛИЧНЫХ ВОСПОМИНАНИЙ И ФАНТАЗИИ.
8. КАРТИНА ПОЛИНЫ ШИЛКИНИТЕ (ГАЛЕРЕЯ SHIFT) В ЛОББИ КЛУБНОГО ДОМА LUMIN, ПОСТРОЕННОГО ИЗ СТЕКЛА, СТАНОВИТСЯ ПРОДОЛЖЕНИЕМ ИДЕИ ИССЛЕДОВАНИЯ ОТРАЖЕНИЯ СВЕТА КАК НОСИТЕЛЯ ИНФОРМАЦИИ.



АНДРЕЙ АНАНЬЕВ,
художник-монументалист, эксперт по проектам
монументального искусства в девелопменте

«Советское монументальное искусство никогда не было просто декором. Мозаики, скульптуры, барельефы на фасадах школ, дворцов культуры, научных центров, стадионах, памятники на центральных площадях, художественное оформление станций метро создавали не фон для жизни, а ее символический сценарий. Каждый день человек проходил мимо детализированных образов, впитывая представление о том, каким должен быть гражданин и каким должно быть будущее страны.

Объекты были частью системы формирования общественных ценностей через окружающую среду. Искусство не ограничивалось эстетикой: оно формировало коллективную память, задавало ценности и превращало города в доступный каждому человеку учебник под открытым небом.

Основными задачами, контролируемые государством, для художников-монументалистов были управление ценностями и сценариями жизни общества, контроль ментального состояния людей в послевоенный период, перезапуск культурного кода и регулировка системности памяти через синтез архитектуры, искусства.

В большинстве случаев современный арт, являясь частью маркетинга, не несет смысловой нагрузки, появляясь в объектах после ввода для навигации, а не на этапе проектирования, как было раньше. Надежда на возвращение качественного, понятного людям искусства, конечно, есть, но для этого необходимо заново выстроить систему культурных ценностей страны». ▲●

ИСПЫТАНИЕ ЛИДЕРСТВОМ: ЧТО ЖДЕТ ЖИЛЬЕ БИЗНЕС-КЛАССА В МОСКВЕ

АЛЕКСЕЙ ПАСТУШИН

ЖК «ЗИЛАРТ»

По итогам 2025 года доля бизнес-класса в структуре предложения нового жилья «старой» Москвы превысила 55%. Сегмент, который еще пять лет назад считался нишевым, сегодня уверенно доминирует, оттеснив комфорткласс на периферию. Но чем выше статус, тем острее конкуренция.



азбираемся, как изменился «паспорт» качественного жилья, что сегодня стимулирует спрос и сможет ли бизнес-класс удерживать лидерство в ближайшие годы.

Как сегмент стал главным

Рост доли бизнес-класса до 55–56% — не результат внезапного бума, а следствие системных изменений градостроительной политики и экономики. Как отмечает автор блога о недвижимости «Хочу квартиру» **Никита Журавлев**, ключевую роль сыграли три фактора: «Первое — требования города к застройщикам повысились в разы. Нужна архитектурная выразительность, уникальность фасадных решений — простые коробочки исчезли как класс. Второе — стоимость земельных участков в Москве выросла, для окупаемости нужно закладывать повышенную цену квадратного метра. Третье — стандарт- и комфорткласс постепенно перешли в зону ответственности Фонда реновации, что вынудило коммерческих застройщиков переквалифицировать проекты в более высокий класс».

Из **41** проекта, стартовавшего в 2025 году,

22 относятся к бизнес-классу всего 7 — к комфорту

Но хотя доля бизнес-класса выросла, в абсолютных цифрах предложение жилья этого класса за год сократилось — с 23 500 до 21 800 лотов, указывает гендиректор компании «Недвижимость-Профи» **Денис Бобков**. Однако комфорткласс «сжался» еще сильнее: с 22 000 до 12 500 лотов, почти вдвое. «Причина — вымывание спросом, — констатирует эксперт. — Семейная ипотека с лимитом 12 млн рублей в основном работала для комфорткласса, где средний бюджет покупки — 15 млн рублей. В бизнес-классе он вдвое выше, и там уже требовалась комбо-ипотека». Речь идет о льготных кредитах под 6% годовых. С 1 февраля правительство ужесточило правила выдачи семейной ипотеки: теперь можно оформить только

один кредит на семью, привлекать в качестве созаемщиков третьих лиц больше не получится. В преддверии введения новых правил крупнейшие банки зафиксировали кратный рост спроса на семейную ипотеку: ее выдача в «Сбере» в декабре выросла в 5,5 раза к декабрю 2024-го, а в ВТБ — на треть.

Нельзя забывать и про рост себестоимости. Именно ее ряд экспертов видят причиной увеличения доли новостроек более высокого класса. «Москва добавляет свой интерес в инвестиционные проекты, — отмечает директор bNMAP.pro **Сергей Лобжанидзе**. — Плата за изменение ВПИ (вида разрешенного использования), дополнительная нагрузка от города, повышенные требования к архитектуре — совокупно все это повышает издержки. Для окупаемости необходимо выходить в более дорогой сегмент, хотя емкость рынка более дорогого продукта ниже, чем массового. Отсюда жесткая конкуренция».

■ Кто в бизнес-классе сегодня

Аудитория покупателей новостроек в последние годы заметно молодеет, фиксируют эксперты. «Средний возраст покупателя смещается от 40 лет к 30, — говорит коммерческий директор «Метриума» **Дмитрий Проскурин**. — Ядром остаются состоявшиеся семейные пары, топ-менеджмент среднего и малого бизнеса, IT-специалисты, финансисты. Стабильную часть составляют региональные покупатели».

Средняя площадь покупаемой квартиры уменьшается: с 60 кв. м в 2020 году до 51,6 кв. м в 2025-м. Спрос на квартиры до 40 кв. м вырос в 1,8 раза за пять лет.

Львиную долю покупателей новостроек бизнес-класса составляют так называемые патриоты района, замечают собеседники Forbes Real Estate: так они не меняют локацию. «Многие продают вторичку и покупают новую, более просторную и качественную квартиру, желая остаться в том же районе», — замечает директор по продажам ЖК «Лайм» **Денис Герасимов**, добавляя, что на таких клиентов приходится до 85% сделок.

«Высокая ключевая ставка и неопределенность на вторичном рынке отбили охоту у чистых инвесторов», — констатирует директор по маркетингу Plus Development **Екатерина Наливайко**. По ее оценке, максимальная доля инвестиционного спроса не превышает 20%. Еще более консервативен в своих оценках Дмитрий Проскурин: долю инвестиционных покупок в бизнес-классе сегодня он определяет в 6–7%.

На фоне усиливающейся конкуренции девелоперы ищут новые козыри. Впрочем, старшими из них остаются локация, транспортная доступность и уровень благоустройства, и только потом уже идет сравнение по цене. Впрочем, ключевые факторы для многих покупателей — стоимость и финансовые инструменты: рассрочки и спецусловия.

Сергей Лобжанидзе считает важным и масштаб проекта: «Если строить два корпуса бизнес-класса посреди дорогого района, то эффект будет не таким, как при застройке большой территории с формированием полноценной среды». Четвертое измерение добавляет блогер Никита Журавлев — это репутация застройщика: «Покупатель смотрит на реализованные проекты и устойчивость. Локация важна, но в Москве инфраструктура развивается так динамично, что любой участок в старых границах становится комфортным для жизни».

■ От базового минимума до роскошного максимума

Базовый набор характеристик бизнес-класса, по сути, унифицирован: престиж локации, развитая транспортная инфра-

структура, подземный паркинг и концепция «двор без машин», высокие потолки, дизайнерские МОПы, закрытый благоустроенный двор, системы охраны, колясочные и келлеры для хранения. Без этого уже дом бизнес-класса представить невозможно. Появляются новые фишки, пришедшие из премиума: открытые террасы на верхних этажах, панорамное остекление, общественные пространства с премиальной отделкой.

Это приводит к возникновению так называемых гибридных подклассов. Екатерина Наливайко выделяет два: бизнес-лайт, когда квартиры уровня комфорт (потолки 2,7 м) помещают в среду бизнес-класса, и бизнес+ с потолками 3,3 м, частными лифтами, спа на территории. Главная точка дифференциации — собственный сервис. «В приложении ЖК можно заказать доставку продуктов, записаться в салон красоты, на мероприятие соседского клуба», — перечисляет она. Также в этом подклассе часто встречается экосистема «третьих мест»: коворкинги, лаунджи, детские клубы и сложные ландшафтные концепты (прогулочные бульвары, зоны йоги, тенниса, барбекю).

Кроме того, эксперты отмечают смену приоритетов внутри продукта. «В более дорогих проектах становится менее значимой роль детской инфраструктуры в привычном понимании, — рассказывает директор по продукту UDS **Булат Мирзаханов**. — У аудитории иной образ жизни — дети или уже взрослые, или больше времени проводят вне дома. Это естественным образом влияет на баланс решений. Реальная конкуренция будет разворачиваться в сервисной части: насколько проект умеет снимать с человека бытовые задачи и снижать количество повседневногo стресса».

Три основных барьера для развития сегмента бизнес-класса сегодня — это высокая ключевая ставка и дорогая ипотека (фактор №1), растущая себестоимость строительства (материалы дорожают на 15–20% ежегодно, зарплаты строителей — еще стремительнее) и дефицит качественных участков в старой Москве. «В хороших локациях с нормальной транспортной доступностью и возможностью сделать закрытый двор земли почти не осталось», — констатирует Екатерина Наливайко.

Через два-три года, по ее прогнозу, серьезной проблемой может стать насыщение рынка однотипными ЖК: «Сформировался типовый набор опций, которые кочуют из проекта в проект. Девелоперам придется тщательнее прорабатывать архитектурные концепции и смыслы, возможно, идти по пути тонкой настройки под аудиторию определенного возраста или особенности локации (условно, ЖК у реки — свой причал)».

■ Сервис плюс цифровизация

С чем согласны почти все эксперты, так это с тем, что роль цифровизации сложно переоценить и со временем она будет только усиливаться. Повсеместным «маст хэв» станут единые мобильные приложения для управления ресурсами, Face ID (идентификация по лицу) на входах, сценарии освещения, автоматизация лифтов, экостандарты, озеленение фасадов, системы очистки воздуха, перечисляет Денис Герасимов. Станут нормой также коворкинги, чтобы иметь возможность поработать, не мешая семье, и велнес-зоны для ухода за собой. Границы классов и дальше продолжают размываться, а в форматах бизнес+ будет появляться все больше редких планировок.

Со своей стороны, Денис Бобков делает акцент на развитии сервисной эксплуатации: счетчики, автоматически передающие показания, услуги консьержей через приложения, клининг, мелкий ремонт, выгул собак, роботы-полотеры

и роботы, моющие фасады. Важной фишкой бизнес-класса в ближайшее время станут природные кластеры (зеленые крыши, сады, оранжереи) и интеграция с городской средой, например выход в парк прямо из ЖК, считает Екатерина Наливайко. «Делать качественные и продуманные дома рынок научится — это вопрос времени, — подводит итог Булат Мирзаханов. — А реальная конкуренция развернется в сервисной части».

Дышат в затылок

Мнения экспертов относительно того, сохранится ли в ближайшее время лидерство бизнес-класса, расходятся. С одной стороны, серьезную роль продолжит играть Фонд реновации, который целенаправленно занимается застройкой комфорт-класса. «Когда этот объем раскачается, он активно выйдет в реализацию», — указывает Сергей Лобжанидзе.

С другой стороны, будет больше премиум-проектов, уверен Денис Бобков. «Уже сейчас в местах, где раньше строили бизнес-класс, девелоперы возводят премиум — особенно рядом с парками, водой, при отсутствии негативных факторов, — рассуждает эксперт. — Доля премиума выросла с 4% до 8% за год. Однажды она сравняется, а затем превзойдет долю бизнес-класса. Это может случиться через пять-семь лет».

Стоит добавить, что в Москве наблюдается острейший дефицит качественных участков под новое строительство, который со временем будет нарастать. Это приведет как к уменьшению числа проектов, так и к тому, что квартиры в новостройках бизнес-класса продолжат динамично дорожать.

Таким образом, бизнес-класс в Москве сегодня становится не просто классом недвижимости, а зеркалом градостроительной политики и социальных изменений. Он переродился в массовый сегмент, но сохранил требования к качеству. Удержать лидерство ему поможет только постоянная эволюция в сторону сервиса, цифровизации и глубокого понимания своего покупателя. Девелоперы будут еще тоньше работать с позиционированием: четко определять портрет будущего клиента, изучать его потребности, анализировать, как будут развиваться его предпочтения и финансовые возможности. При этом итоговая цена будет формироваться по формуле «отличный продукт за свои деньги и еще немножко качества сверху».



«РИВЕР ПАРК» В НАГАТИНСКОМ ЗАТОНЕ

Сегодня в Москве бизнес-класс становится зеркалом градостроительной политики и социальных изменений

ДЕВЕЛОПЕР КАК СОАВТОР ЖИЗНИ



ЮЛИЯ ГАЛИМОВА,
основатель
и генеральный
директор Nedvex

Чрез двадцать лет стоимость недвижимости будут определять не этажность и даже не локация. Главным вопросом станет: какую жизнь создает это место? Помогает ли оно людям быть здоровее, чаще видеть своих детей, проводить больше счастливых лет вместе? Именно поэтому роль девелопера сегодня меняется. Мы больше не строим просто здания. Мы создаем среду, которая влияет на качество человеческой жизни на десятилетия вперед.

На мой взгляд, одна из главных трансформаций последних лет — изменение образа жизни обеспеченных семей. Все больше людей выбирают жизнь на два города. Один остается центром бизнеса, карьеры и деловой активности. Второй становится пространством для семьи, здоровья и восстановления. Идеальный сценарий сегодня — не переехать к морю навсегда, а получить возможность жить между двумя мирами, сохраняя преимущества каждого.

Но такая модель работает только тогда, когда и курортная недвижимость становится полноценной средой для жизни. Будут ли дети играть, учиться и развиваться рядом с домом? Смогут ли несколько поколений семьи регулярно встречаться за одним столом? Именно из таких деталей складывается настоящее качество жизни.

Я пришла в девелопмент не из стройки. Мой бизнес начался с обслуживания международных олимпийских комитетов, среди клиентов были P&G, Visa и президент Чехии Милош Земан. Этот опыт научил меня тому, что внимание к человеку зачастую важнее технологий и масштаба.

Поэтому в Nedvex мы смотрим на проекты как на экосистемы. Не просто жилье у моря, а пространство, где образование, медицина, спорт, рестораны становятся частью единой среды.

Женщины в девелопменте часто смотрят на проекты иначе. Мы реже начинаем с квадратных метров и чаще задаем вопросы: как будет выглядеть день семьи через десять лет? как сохранить близость между поколениями? где будут расти дети и проводить время внуки?

Я убеждена, что будущее недвижимости — за проектами, которые помогают человеку не просто владеть квадратными метрами, а жить лучше. В конечном счете девелопер создает не просто дома, инфраструктуру. Он формирует среду, в которой проходит человеческая жизнь. А значит, работает не только с пространством, но и с будущим целых поколений. ▲■

50 ОТТЕНКОВ БУДУЩЕГО: УРБАНИСТЫ ЗАГЛЯДЫВАЮТ В 2075-Й



ПАВЕЛ СТЕПАНЦОВ,
MA in sociology, социолог,
сооснователь исследовательского
агентства Synopsis Group

Представить себе даже с известной долей ясности, каким будет город через 50 лет, по силам скорее футурологам, чем ученым и исследователям. Вряд ли люди, жившие в разгар нефтяного кризиса 1970-х, могли вообразить наши города. Однако в тот период формировались урбанистические тенденции, которые определили образ современных мегалополисов. Такие тенденции можем заметить и мы.

Во-первых, это локализация жизни на уровне района и «приватизация» досуга. Люди все чаще отказываются от выезда в центр города, более того, с 2020 года в два раза (до 60%) выросла доля тех, кто предпочитает проводить свободное время дома. Города будущего станут конкурировать с приватными местами за физическое присутствие людей. Во-вторых, если в настоящее время мы интегрировали в современный город бывшие индустриальные пространства, то не исключено, что в последующие годы мы будем «пристраивать» невостребованные офисы.

И конкурировать за высокий человеческий капитал городам будет сложнее. Раньше они были привлекательны благодаря концентрации ресурсов и доступа к ним, но с развитием средств коммуникации и тенденцией на локализацию это конкурентное преимущество может быть утеряно.



СЕРГЕЙ ГЕОРГИЕВСКИЙ,
соучредитель, председатель экспертного
совета Агентства стратегического
развития «Центр»

Победят концепции вертикального города и высокой плотности. Небоскребы получат вертикальное озеленение, эксплуатируемые кровли, надземные переходы между башнями, превращенные в сады и огороды. Такие комплексы смогут в ходе «жизненного цикла» забирать углерод из атмосферы. А система энергообеспечения здания будет работать на чистом водороде и на солнечной энергии. Архитектура станет модульной, быстровозводимой и легко трансформируемой. Субурбия по преимуществу будет предназначаться для привилегированного класса.

Города окончательно захватит автономный и беспилотный транспорт, не только наземный, но и воздушный. Частный транспорт в частных руках станет предметом роскоши, между крупными городами появятся высокоскоростные железные дороги со сверхзвуковыми поездами, которые позволят передвигаться так, как мы сегодня ездим на метро. Город окончательно превратится в «умный сервис», в котором практически всеми процессами жизнеобеспечения управляет искусственный интеллект, все виды взаимодействия будут осуществляться электронно. В таких городах будут доминировать представители (разработчики и операторы) высокотехнологичных отраслей, среди жилых районов обособятся генерирующие наукограды и технопарки. Шеринговая экономика перерастет в принципиально иной способ регулирования владения землей и квадратными метрами, понятие массовой частной собственности и безусловного обладания чем-либо практически исчезнет, как и автономные (не сетевые) системы — любое пользование будет носить временный характер.



АНТОН АЙСИН,
генеральный директор
компании CM International

К 2075 году есть вероятность формирования единой планетарной агломерации, ее ключевые признаки можно охарактеризовать на исторических данных: высокая плотность застройки, высокая скорость обновления физической среды и разнообразие услуг. Эти параметры неизменны, вопрос в том, что именно считать «высоким значением».

Высокая плотность, скорее всего, приведет к новому зонированию — вертикальному. В ОАЭ уже активно тестируется летающий транспорт, это создаст разные сценарии жизни на верхних и нижних этажах. Доступ к земле и природной зелени может оказаться дефицитным благом, и как раз первые этажи зданий будут иметь особую ценность.

Скорость обновлений — все чаще в городах реконструируются существующие объекты, а не только строятся новые. Притцкерова премия 2021 года была вручена как раз за опыт реконструкции объектов — и это направление получит дальнейшее развитие.

Разнообразие — уже сейчас центральность локации определяется ареалом доставки и наличием ПВЗ. Поэтому модели SDD, NDD и 2DD (модели доставки «в тот же день», на следующий день и через два дня) будут четко описывать качество жизни в той или иной локации. ■■

ИНФРАСТРУКТУРА НОВОЙ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ



АРТЕМ ПЕТРУХИН,
партнер XCA/INDUSTRIAL CITY

Когда говорят о новой индустриализации России, обсуждают локализацию производств, роботизацию и технологический суверенитет. Но редко задают другой вопрос: где будет жить вся эта новая промышленность?

Для меня этот вопрос не теоретический. С 2017 года наша компания развивает формат light industrial в России, и мы наблюдаем, как меняется запрос бизнеса. За это время рынок прошел путь от поиска производственных площадей к созданию полноценных экосистем для размещения компаний. Предпринимателям нужны уже не просто квадратные метры, а инфраструктура роста.

Многие по-прежнему воспринимают индустриальную недвижимость как максимально утилитарный продукт: стены, электричество, ворота для фуры — и этого достаточно. Любые дополнительные сервисы считаются необязательной надстройкой, которая только увеличивает стоимость проекта. Однако экономика последних лет показывает обратное. Сегодня компании конкурируют не только за клиентов, но и за инженеров, технологов, операторов роботизированных линий и IT-специалистов. Все чаще выбор сотрудника зависит не только от зарплаты, но и от среды, в которой он проводит значительную часть жизни. Именно поэтому современный light industrial — много больше, чем промышленная площадка.

Представим два одинаковых предприятия. У них схожее оборудование и логистика. Но на одной площадке сотрудник может выпить кофе перед сменой, провести встречу в коворкинге, потренироваться после работы, решить бытовые вопросы через мобильное приложение и не тратить время на бесконечные согласования с управляющей компанией. На другой — только цех и парковка. Через несколько лет вопрос о том, какое предприятие окажется эффективнее, даже не возникнет.

Мы наблюдаем переход от экономики квадратных метров к экономике сервисов и экосистем. Неслучайно сегодня появляется понятие «цифровой промышленный коворкинг». На мой взгляд, это один из ключевых трендов следующего десятилетия.

При этом главную роль начинают играть технологии. Искусственный интеллект выводит управление промышленной средой на новый уровень. Он способен анализировать энергопотребление объектов, регулировать транспортные потоки, прогнозировать загрузку инфраструктуры, контролировать безопасность и координировать работу сервисных служб.

Мы называем это переходом от недвижимости к операционной платформе. В будущем ценность индустриального парка будет определяться не столько характеристиками зданий, сколько качеством цифровой экосистемы.

Даже роботы перестают быть элементом футуристических презентаций. Например, наш робот INDU — прикладной инструмент, и он используется как цифровой помощник для навигации и взаимодействия с резидентами. Его задача не удивлять, а освобождать людей от рутинных операций и делать работу экосистемы эффективнее.

Не менее серьезные изменения происходят в логистике. Пока большинство обсуждает беспилотные автомобили и роботов-доставщиков на улицах городов, в ближайшем будущем дроны станут базовой инфраструктурой беспилотной логистики.

Недавно мы сформулировали собственное видение будущего в Манифесте развития индустриальных парков до 2050 года. В его основе лежит идея, что промышленная недвижимость перестанет быть набором отдельных зданий. Она превратится в интеллектуальную среду, управляемую искусственным интеллектом.

Парки INDUSTRIAL CITY уже проектируются и создаются с учетом воздушных логистических коридоров, площадок для беспилотной логистики, собственных энергетических мощностей, цифровых центров управления и сервиса. Но главное, меняется философия проектов: индустриальный парк перестает быть местом, куда человек приезжает только работать, или всего лишь очередным типом коммерческой недвижимости. Он объединяет производство, сервисы и общественные пространства в единую благоустроенную и комфортную для работы и отдыха среду.

Я убежден, что в ближайшие годы конкуренция будет идти уже не между отдельными объектами коммерческой недвижимости, а между экосистемами недвижимости. И лидировать будут те, кто объединит производство, технологии, сервисы и человека в едином пространстве. По моему мнению, именно такая модель инфраструктуры станет фундаментом новой промышленной экономики России.

РОССИЯ Forbes

ПОДКАСТЫ

о людях и бизнесе — живьем



На правах рекламы | 16+

WWW.FORBES.RU/PODCASTS
adsales@forbes.ru



МАРИЯ КУТАЙ,
сооснователь архитектурного бюро
«ВЕЩЬ!»

СВОБОДА ПОД КУПОЛОМ

Идеи о «жизни под куполом» сопровождают человечество уже больше века. Фантасты описывали города под прозрачными сферами, которые защищали от радиации или экстремальных температур, делали возможной жизнь на дне океана или на далеких планетах. Архитекторы предлагали накрывать куполами города, создавая управляемый климат в пустынях или на Крайнем Севере, где природа слишком сурова. Со временем купол перестал быть символом изоляции и стал синонимом контроля над средой.

Но эта идея трансформируется дальше: от гигантской оболочки над городом к множеству локальных пространств, где климат, свет и комфорт можно настраивать, как температуру в доме. Переход от фантастических куполов к повседневным капсулам, от «атмосферы» как абстрактного понятия к «атмосферности» как управляемому качеству формирует новую логику городского проектирования. Вот несколько аспектов, которые стоит учитывать, если смотреть на эту эволюцию через призму благоустройства.

■ Двор как капсула: от защиты к воспроизводству среды

Когда мы думаем об управлении атмосферой, то представляем что-то масштабное и далекое: терраформирование Марса, колонизацию планет. На деле этот процесс уже идет, и называется он «двор, в который хочется выйти». Архитекторы учатся гасить негативное воздействие среды и делать ее комфортной в разные сезоны: ставить ветрозащитные экраны, использовать материалы с высокой отражающей способностью, чтобы бороться с перегревом поверхностей. Пока используются в основном инструменты пассивной защиты. Но есть и следующий уровень — активное воспроизводство «биосфер».

В ближайшие 20–30 лет ландшафтная архитектура будет все больше использовать инженерные системы жизнеобеспечения. Это касается, например, водного контура. Сегодня дренаж — это про то, чтобы дорожки быстрее высохли после дождя. Завтра это автономный гидропоник: вода не уходит в коллектор, а проходит биологическую очистку в придомовых канавах (биолато)



и питает системы охлаждения фасадов. В ландшафтной архитектуре уже используют дренажно-накопительные мембраны, которые наполняются, когда выпадает дождь, — в городские коммуникации уходят только излишки воды.

Адаптировать под себя недружелюбную среду позволят новые «умные» материалы. Мы перестанем думать о покрытиях как о статичной поверхности. Уже сейчас применяются «дышащие» мембраны, которые меняют теплопроводность в зависимости от температуры воздуха, и пористые структуры, работающие как естественные кондиционеры.

Сегодня внутри дворов и общественных пространств проектируют беседки, коворкинги и зимние сады. Завтра они превратятся в автономные мини-капсулы — островки контролируемого климата, инженерные объекты с прозрачными сферическими стенами, из которых можно наблюдать за городом, оставаясь в комфортном микроклимате. Такая грануляция среды — много маленьких капсул вместо одного большого купола — экономичнее и гуманнее: она позволяет визуально сохранить связь с внешним миром и не чувствовать себя экспонатом оранжереи.

■ Марсианский принцип

Разработка капсул для жизни на других планетах будет происходить по тому же принципу, который мы сейчас применяем в благоустройстве «неудобных» дворов. На Луне и Марсе купол необходим для выживания из-за отсутствия пригодной атмосферы. Но и на Земле капсулы могут защитить от шквалистых ветров, аномальной жары, пылевых бурь. Ключевое отличие земного терраформирования от лунного или марсианского — в принципе масштабирования. Если космические архитекторы учатся создавать герметичную среду с нуля на новой планете, то городские влетают эти автономные элементы в существующую ткань города.

Парадокс современного благоустройства в том, что в грамотно спроектированной капсуле (будь то двор, павильон или общественный центр) у человека больше свободы, чем в открытом, но враждебном пространстве. Инженерная защита спасает от ветра и дождя и позволяет спонтанно взаимодействовать друг с другом, возвращая городу утраченную человечность.

Города под куполом — это все еще фантастика, но автономные мини-капсулы внутри дворов и общественных пространств, в которых вне зависимости от погоды будет комфортно находиться, — реальность ближайшего времени. Мы не знаем, какие вызовы нам готовит будущее. Изменения климата делают среду более агрессивной даже там, где она традиционно считалась благоприятной. Но у нас есть решение, как нивелировать негативные факторы и создать комфортную атмосферу там, где мы хотим жить.

Forbes

Всё о бизнесе 12:05

Карьере 12:06

Финансах 12:06

Экономике 12:07

Стиле жизни 12:08

В telegram-канале
Forbes Russia 12:09



Сканируйте QR-код, чтобы открыть
Telegram-канал Forbes Russia

16+

РЕКЛАМА

СВЕТ В КОСМИЧЕСКОЙ АРХИТЕКТУРЕ: ФУНДАМЕНТ ДЛЯ ЖИЗНИ ЗА ПРЕДЕЛАМИ ЗЕМЛИ



ДАРЬЯ НОВИКОВА,
коммерческий директор
и управляющий партнер
бюро «Культура Света»



Будущее человечества — за пределами Земли. Возможно, через десятилетия люди будут жить и работать на Луне, Марсе и орбитальных станциях: такие объекты уже проектируются, ученые и архитекторы занимаются космической архитектурой как прикладной дисциплиной. Один из ключевых вопросов, который они решают, — как сделать так, чтобы во время долгих полетов космонавты чувствовали себя максимально комфортно. Дизайн космических объектов должен отвечать потребностям человека. А внутренняя инфраструктура — учитывать отсутствие привычного дневного цикла и подстраиваться под биоритмы землян.



Мы воспринимаем свет как данность: день начинается с восходом солнца, с его заходом мы чувствуем, что продуктивное время закончилось и пора готовиться ко сну. В космической среде нет привычной смены дня и ночи. Например, на МКС за одни сутки можно наблюдать 16 закатов и рассветов. Помочь человеку адаптироваться и долгое время комфортно жить в нетиповых условиях помогает искусственное освещение, которое регулирует цикл сна и бодрствования.

■ На что влияет свет

Свет влияет на циркадные ритмы, способствуя выработке гормонов, отвечающих за наши когнитивные функции. Кортизол вырабатывается при ярком свете и регулирует настроение, психофизиологическое состояние, функции мелатонина, который синтезируется в темное время суток, — сон и отдых. Неправильное освещение — как нехватка, так и переизбыток света — приводит к эмоциональному упадку и снижению производительности.

Мы в «Культуре Света» провели исследование: опросили космонавтов, насколько на МКС комфортное освещение, помогает оно или мешает работать и что они хотели бы изменить. Самый частый ответ: света на станции ощутимо не хватает. Вместе с тем космонавты жаловались на слепимость приборов и ламп, отсутствие затемнения и монотонную визуальную среду. Результаты, которые мы представили на Меж-

дународном космическом конгрессе (IAC 2024) в Милане, подтвердили: проблемы с освещением приводят космонавтов к апатии, утомляемости и снижению концентрации.

■ Как сделать жизнь в космосе комфортной

Ключевой принцип для проектирования космических объектов — использование систем биодинамического освещения, которые подстраиваются под биоритмы человека. Когда на Земле мы видим яркое полуденное солнце или закат, нам не нужно смотреть на часы, чтобы понять, начинается день или заканчивается. А здесь системы меняют цветовую температуру и интенсивность света и тем самым позволяют имитировать смену дня и ночи. «Днем» свет становится ярче и холоднее, «вечером» — более теплым и приглушенным.

Вторая рекомендация — локализация: светильники с рассеивателями и с регулируемым направлением позволяют обеспечить комфортное освещение в замкнутом пространстве. Зонирование с помощью света помогает разделить рабочие и жилые зоны, а комбинации из нескольких приемов — создавать под разные сценарии в одном помещении разную световую атмосферу, от функциональной рабочей до праздничной.

■ Из космоса на Землю

Принципы биодинамического освещения универсальны — они применяются и на Земле, когда это уместно и этого требует контекст места. Например, на Крайнем Севере, где зимой солнце не поднимается над горизонтом в течение 45 дней. В Норильске опросы местных жителей перекликались с тем, что рассказывают космонавты. Их ответы мы учли при разработке проектов для общественных пространств в городе. Арт-инсталляция на одном из фасадов динамическая и имитирует наше солнце: становится ярче к полудню, после постепенно теплеет и затухает. Это не просто красивые визуальные эффекты — сама смена освещения облегчает навигацию в условиях полярной ночи.

С развитием технологий появляется новое оборудование, меняются мода на приборы и дизайн пространств. Но основное — среда, ориентированная на человека, которая учитывает его потребности и биоритмы, — останется неизменным фундаментом для всех нововведений, будь то на Земле или в космосе. ▲●

Forbes

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ

 <p>Лонгриды</p>	 <p>Лендинги</p>	 <p>Инфографика</p>	 <p>Колонки</p>
 <p>Тесты</p>	 <p>Игры</p>	 <p>Видео</p>	 <p>Новости</p>

**УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ
ПОД ВАШИ ЗАДАЧИ**

КУДА ПОЕДЕМ?

ПЯТЬ ПЕРСПЕКТИВНЫХ РОССИЙСКИХ КЛАСТЕРОВ ДЛЯ ТРЕБОВАТЕЛЬНЫХ ТУРИСТОВ



СЕРГЕЙ АРТЕМОВ

Заморозка зарубежных банковских счетов, конфискация жилой недвижимости граждан РФ на Западе, сбои в работе авиахабов, вызванные войной на Ближнем Востоке, мотивируют обеспеченных россиян обратить внимание на развивающиеся внутренние туристические направления для отдыха. По мнению экспертов, на горизонте пяти лет главными точками притяжения состоятельной публики станут сочинская «Красная Поляна», алтайский «Манжерок», «Акваполис» в Калининградской области, камчатский парк «Три вулкана» и южно-сахалинский курорт «Горный воздух».

Три долины а-ля рус

В настоящее время лидерство «Красной Поляны» неоспоримо, полагает руководитель Академии городских технологий «Среда» **Юлия Зубова**: «Это уже сформировавшийся бренд, который пользуется устойчивым спросом». «Красная Поляна» остается классическим горнолыжным премиальным курортом, несмотря на попытки превратить его во всепогодное направление. Безусловное преимущество этого места — сформированная инфраструктура, очевидными минусами являются откровенно перегретый рынок и затяжные очереди на всю инфраструктуру в пиковый период.

В зимний сезон 2025–2026 года курорт посетило более 570 000 человек. Для обслуживания значительного количества гостей необходима широкая база качественных отелей. Между тем, по данным генерального директора IBC Real Estate **Алексея Ефимова**, совокупный объем номерного фонда всех

сетевых и несетевых классифицированных объектов уровня 3–5 звезд составляет в этом кластере около 4000 номеров.

«В «Красной Поляне» реализуется восемь проектов на 131 млрд рублей, которые увеличат номерной фонд еще на 5000 номеров», — сообщил в декабре прошлого года в ходе зимнего пресс-тура глава Сочи **Андрей Прошунин**, представивший СМИ концепцию развития этого горноклиматического курорта. В этом году запланировано открытие пятизвездочных отелей Double Tree by Hilton на 802 номера (объем инвестиций — 12 млрд рублей) и «Красная Поляна» (4,3 млрд рублей). В поселке Эсто-Садок примет гостей комплекс из 23 шале (9,1 млрд рублей), здесь же до 2030 года ожидается открытие отеля 5 звезд на 458 номеров (16,6 млрд рублей). «Развитие туристической инфраструктуры идет параллельно с созданием социальных объектов и сохранением природы», — подчеркнул сочинский градоначальник. В качестве успешного примера он

привел Краснополянский терренкур — пятикилометровый променад, связавший поселок Красная Поляна с горнолыжными курортами. В 2025 году по нему прошло около 1 млн человек.

«Отелей хватает. Но туристы приезжают за впечатлениями и развлечениями, поэтому нужно увеличивать количество трасс, расширять зону катания. Стартовал проект «Турьев Хутор», но пока его реализация движется медленно», — отметил вице-президент Ассоциации туроператоров России (АТОР) **Сергей Ромашкин**. По его мнению, в отдаленной перспективе можно ожидать объединение зон катания Красная Поляна — Архыз или Красная Поляна — Лаго-Наки в Адыгее. Это позволит создать зону катания, сопоставимую с горнолыжным регионом Три Долины (Les Trois Vallées) во Франции.

■ Место алтайской силы

Главным туристическим хабом Сибири может стать всесезонный кластер Манжерок, уверена Юлия Зубова. Крупнейшим его объектом является одноименный пятизвездочный гостиничный комплекс на 317 номеров. С ее слов, на Алтае, который уже принимает почти 3 млн гостей за сезон, номерной фонд должен вырасти с нескольких сотен до 2500 мест.

Безусловная сильная сторона проекта «Манжерок» — логистика: от аэропорта Горно-Алтайска по новой скоростной трассе можно доехать до отеля за 15 минут. «Однако реализовать все заявленные планы может быть сложно в нынешних макроэкономических условиях», — считает эксперт, возможные сдвиги сроков сдачи объектов и удорожание проекта.

Напомним, что в расширение алтайского кластера его инвестор «Сбер» уже вложил 130 млрд рублей. В 2026 году банк выделил более 22 млрд рублей на финансирование строительства двух канатных дорог и 30 км новых трасс. Таким образом, к концу года общая протяженность горнолыжных трасс на курорте увеличится до 80 км. Ожидается, что с введением объектов в эксплуатацию турпоток в этом кластере вырастет до 700 000 гостей в год, сообщил ТАСС со ссылкой на представителя «Сбера».

«Горнолыжный курорт активно расширяет зону катания, но и летняя загрузка отеля «Манжерок» 5 звезд близка к 100%. Хотя отель дорогой, он востребован у обеспеченных туристов, которых привлекают высокое качество сервиса, уникальное природное окружение и архитектура», — отметил Ромашкин. «Отдыхать на Алтае стало модно. Именно туристическая мода является важным фактором выбора этого направления. Но, конечно, стать модной «пятеркой» легче, чем стать модной турбазой», — замечает он.

Добавим, что Республика Алтай славится не только высококлассным «якорным» отелем «Сбера», величественными соснами и оглушительной тишиной. Регион богат природными достопримечательностями, среди них — гора Белуха, ледники Актру, чистейшее озеро Телецкое, Большой Чульчинский водопад, церковь Иоанна Богослова на острове Патмос в селе Чемал, которая вызывает ассоциации с греческими монастырями Метеоры. Добавим, что 2 мая 2026 года президент России Владимир Путин подписал закон, разрешающий создание игровой зоны в Республике Алтай.

■ Перезагрузка на Балтийской косе

Имеет высокие шансы попасть в первую пятерку российских туристических кластеров и Калининградская область с масштабным проектом «Акваполис» на территории морского курорта Зеленоградск. Суммарные инвестиции составят 77 млрд рублей.

За эти деньги «К8 Комплексный девелопмент» Александра Качановича планирует построить на побережье Балтийского моря новые гостиницы, развлекательные и торговые центры. Центром нового кластера площадью более 600 000 кв. м станет крупнейший в Северной Европе крытый аквапарк с нестандартным наполнением, включая «парящие» бассейны и искусственную волну для серфинга. Город-курорт Зеленоградск, который уже полюбили москвичи и питерцы, после запуска проекта рассчитывает на 2 млн посетителей ежегодно.

«Акваполис» будет в два раза больше, чем ближайший по масштабу действующий аквапарк в Новосибирске. Кроме того, инвестор берет на себя очистку пляжей и благоустройство прилегающей территории. Но Зубова считает «Акваполис» самым высокорискованным проектом в первой пятерке. «У него имеется огромный инвестиционный риск: он крайне смелый и непредсказуемый, поскольку в аквапарке запланировано большое количество инноваций, которые в текущих условиях довольно сложно реализовать и поддерживать в исправном состоянии», — объясняет она. — К примеру, теплая вода в парящем бассейне у холодной Балтики — удовольствие дорогое. Малейший просчет может сделать проект убыточным».

«Аквапарк в Зеленоградске, позволит повысить туристическую привлекательность региона, но для состоятельных туристов, думаю, он будет не так интересен. Им требуется камерность, приватность, «правильное» окружение», — добавил Сергей Ромашкин.

Впрочем, и без аквапарка в самой западной области РФ есть что посмотреть. Среди знаковых природных локаций — национальный парк «Куршская коса» с дюной Эфа и загадочным Танцующим лесом, Балтийская коса, чистейшее Виштынецкое озеро и Роминтская пуща. Скрасить дорогу между природными достопримечательностями путешественникам помогут частные сыроварни, шоколадные фабрики и уютные гаштеты (небольшие ресторанчики) с вкусной кухней и отменным местным пивом.

Добавим, что в Калининградской области, помимо Зеленоградского аквапарка, под поселком Янтарный строится аналогичный объект, часть проекта «Белая Дюна». Помимо современных гостиниц различной звездности с номерным фондом более 10 500 номеров, на территории нового курорта планируется и яхтенная марина. Первые объекты проекта должны открыться в 2030 году.

■ Камчатские термы с видом на вулкан

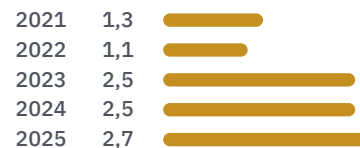
Мощный туристический «магнит» может появиться и на Дальнем Востоке. А если точнее — на Камчатке. Долгое время этот уникальный край с невероятным разнообразием природных зон (Долина гейзеров, вулканы Ключевская Сопка, Мутновский, Курильское озеро, кальдера вулкана Узон) не обладал качественной туристической инфраструктурой. Парк «Три вулкана», расположенный в 80 км от Петропавловска-Камчатского, призван решить эту проблему.

«В «Трех вулканах» используется редкий для России формат — микс трех видов туризма: экспедиционного, горнолыжного и бальнеологического. Главным вау-фактором должна стать геотермальная лагуна», — рассказывает Зубова. Есть и риски, они, по ее оценке, обусловлены локацией: суровый камчатский климат и сейсмическая активность могут заставить инвесторов упростить концепцию в ходе реализации проекта.

Сейчас планируется, что «Три вулкана» смогут привлечь около 600 000 туристов в год, для чего к 2028 году в первой



Динамика прироста качественного гостиничного фонда России в сегменте 5*, тыс. номеров



Источник: NF Group

очереди там создадут 1500 новых номеров. Первая очередь камчатского парка стоит 67 млрд рублей, ее финансирует консорциум, в который вошли «Интеррос», «Васта Дискавери», ВЭБ.РФ и «Сбер».

Трансформация Сахалина

По данным Юлии Зубовой, Сахалин ждет двукратного роста общего турпотока, под который на курорте «Горный воздух» введут дополнительные 2600 мест. Этот спортивно-туристический кластер, расположенный вблизи от аэропорта Южно-Сахалинск, сейчас переживает этап глубокой и очень дорогой трансформации из горнолыжного курорта во всепогодный.

Летом на комплексе, расположенном на горе Большевик (601 м над уровнем моря), для любителей скоростных спусков на горном велосипеде (маунтинбайке) доступны пять велотроп общей протяженностью около пяти километров.

Преимущество этого направления — приток капитала, обеспеченный статусом территории опережающего развития (ТОР), и продолжительный горнолыжный сезон (с конца декабря по апрель). Параллельно заявлено более чем двукратное увеличение протяженности трасс — с 42 км до 100 км. «Однако пока возведение отелей явно обгоняет подготовку склонов, что грозит перегрузкой курорта», — считает Юлия Зубова.

По ее расчетам, на Сахалине в туристические объекты вложено более 1,6 млрд рублей из общего инвестиционного портфеля региона в 270 млрд рублей. Среди крупных местных игроков — ООО «Хилл Топ», ООО «Гамма», ГК «Самсон». Им мощно помогает льготами государство.

Альтернативные маршруты

Альтернативным популярным направлением может стать ХМАО — Югра, полагает Юлия Зубова. Она напомнила, что в региональной программе по развитию туризма делается ставка на нишевую аутентичность: этностойбища, промышленные маршруты (объекты «Сибур», «Месторождение Югра») и кинофестиваль «Дух огня». В 2025 году Югру посетили 961 000 человек, а доходы туристической отрасли превысили 12 млрд рублей. Регион пока не имеет планов по увеличению номерного фонда, в основе стратегии туризма лежит повышение

качества и среднего чека. Югра предлагает интеллектуальный этноиндустриальный отдых — этот оригинальный опыт, впрочем, не заменит классического курортного расслабления.

Сергей Ромашкин выделил федеральный проект «Пять морей и озеро Байкал», предусматривающий модернизацию и создание инфраструктуры 12 новых крупных курортов (балтийская «Белая Дюна» в их числе) в 10 субъектах РФ: на побережье озера Байкал, Азовского, Балтийского, Черного, Японского и Каспийского морей. Реализация этих проектов, безусловно, привлечет внимание состоятельных туристов, поскольку запланировано много пятизвездочных отелей.

Эксперты из сферы гостеприимства ожидают дальнейшего развития нишевых направлений. Так, зимой востребованы индивидуальные туры на Байкал с доставкой вертолетами и «хивусами» (катерами-амфибиями на воздушной подушке). Яркие впечатления остаются от ночевки вдали от берега в спальных мешках под звездным небом. Поселок Большое Голоустное по традиции собирает буеристов и конькобежцев, а курорт «Гора Соболиная», который построил энергохолдинг En+, — сноубордистов и горнолыжников.

Летом стабильно растет спрос на винные туры. В Краснодарском крае для ценителей «солнца в бокале» и прогулок по виноградникам появились даже специальные винные дороги. Особенно востребованы трехдневный тур по маршруту Геленджик — Новороссийск — Семигорье (с посещением виноделен «Морская регата», «Шато де Талю», «Мысхако», «Абрау-Дюрсо», «Имение «Сикоры» и др.) и путешествие по окрестностям Анапы (усадьба «Семигорье» и «Шато Гай-Кодзор»).

«По состоянию на апрель 2026 года общий объем качественного предложения средств размещения РФ в сегменте «пять звезд» составляет 37 500 номеров. За последние пять лет данный показатель увеличился на 27% (10 100 номеров). Регионами-лидерами по вводу являются Краснодарский край, Москва и Ставропольский край», — говорит партнер консалтинговой компании NF Group **Ольга Широкова**.

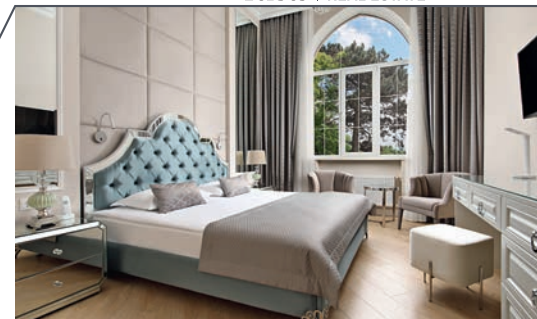
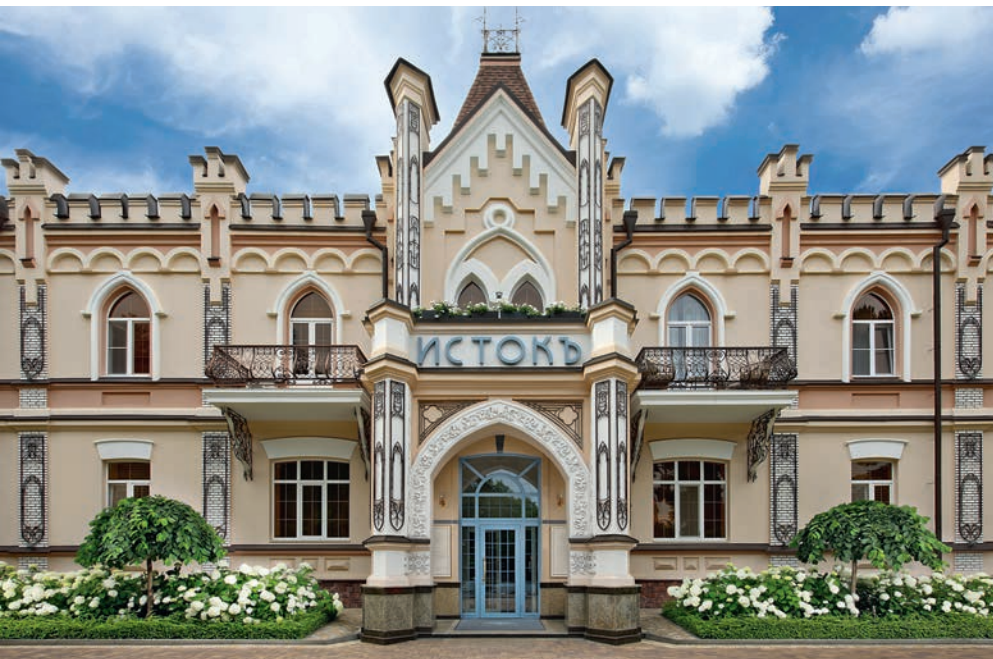
«В последние годы внутренний туризм в целом рос на 5–10% ежегодно. Думаю, сохранение этого тренда позволит каждому региону увеличить за пять лет турпоток на 30–40%», — прогнозирует Сергей Ромашкин. ▲▲

12 макротерриторий для развития туризма в РФ, для которых разработаны мастер-планы

- Большое Золотое кольцо
- Западный юг России
- Дальний Восток
- Восточный юг России
- Из Москвы в Санкт-Петербург
- Большой Урал
- Большая Волга
- Русский Север и Арктика
- Большой Алтай
- Большой Кавказ
- Русская Балтика
- Байкал



Источник: Commonwealth Partnership



ТЕХНОЛОГИИ КОМФОРТА

Лечебными свойствами минеральных источников пользовались еще в древности, но в России культура ездить на воды превратилась в особый ритуал — одновременно светский, оздоровительный и почти сезонный. Санаторий премиум-класса «Исток» в Ессентуках наследует курортные традиции начала XX века и закладывает новые, где высокие медицинские технологии дополняют атмосферу дореволюционного комфорта.



ремя в городе-курорте Ессентуки течет по своим законам: кажется, что Курортный парк еще помнит прогулки императорской фамилии, а старые особняки хранят атмосферу неторопливой жизни «на водах», которую так ценила дореволюционная элита.

В 2026 году **«Исток»** оказался на перекрестке двух юбилеев, символических для эволюции премиального медицинского отдыха в России. 120 лет исполняется историческому корпусу санатория — памятнику архитектуры начала XX века, где в 1906 году по распоряжению Николая II открылась первая частная здравница Кавказских Минеральных Вод. Именно здесь зародилась традиция соединять высокий уровень медицины с камерной атмосферой классического курорта. Та же концепция заложена в санатории премиум-класса «Исток», который открылся после капитальной реновации в 2001 году — ровно двадцать пять лет назад.

Исторический контекст — часть ДНК обновленного санатория: «Исток» — тот редкий пример, когда прошлое становится не декорацией, а фундаментом философии. После революции санаторий пережил череду метаморфоз, к 1990-м пришел к полному запустению, а в 2000-х был выкуплен компанией «МИГ». Инвесторы восстановили исторический фасад

и расширили объект, сохранив дух места. Два корпуса — исторический и новый, в стиле современной классики, — соединяет теплый переход. Эта зримая связь эпох подчеркивает главное: «Исток» не пытается законсервировать прошлое. Наоборот, исторический контекст определяет сегодняшний стиль жизни: размеренный ритм, приватность, уровень сервиса. О выборе в пользу камерности и элитарного клубного формата говорит и количество номеров — их всего 79.

Главная ценность санатория и сегодня, спустя 120 лет, — природные ресурсы региона: минеральные источники и лечебные грязи. Базовый профиль «Истока» — традиционная для Ессентуков терапия заболеваний органов пищеварения. И здесь снова проявляется преемственность: проверенные веками бальнеологические методики работают в тандеме с последними достижениями медицины. Диагностика и терапия ведутся на передовом оборудовании, а традиционные тамбуканские грязи и минеральные воды дополнены криотерапией, кислородной капсулой, физиоаппаратными методами и иммунокоррекцией.

Пять минут пешком — и вы в другом измерении: среди вековых аллей Курортного парка, у Николаевских ванн и питьевой галереи источника № 17, построенной в когда-то модном у аристократии английском стиле. Здесь частью терапии становится сам темп жизни — размеренный, уединенный и подчеркнуто неспешный: солнечные ванны во внутреннем дворе, чтение под пение птиц, чашка ароматного кофе в летнем кафе, прогулки по городу. И это тоже наследие: ради таких неспешных ритуалов и простых радостей сюда приезжали сто лет назад — и продолжают приезжать сейчас.



ОТЕЛИ БЕЗ ПОДСТРАХОВКИ



«COSMOS SELECTION МОСКВА АРБАТ»

МАРИНА ЯМПОЛЬСКАЯ

Российская индустрия гостеприимства за последние четыре года прошла почти все стадии импортозамещения, сходятся во мнении эксперты: отечественные отельеры, поделив наследие международных брендов, заново отстраивают бизнес-процессы и планируют ближайшее будущее.



2022 года отельный бизнес в России учится самостоятельности. Когда международные сетевые оставили владельцев гостиниц один на один с активами и гостями, отключив от систем бронирования, программ лояльности, казалось, отрасль ждет неминуемый коллапс. Но локальный менеджмент, приняв управление и обновив вывески на фасадах, довольно быстро адаптировался к новым реалиям.

Переход от западной франшизы к локальным управляющим компаниям стал катализатором усиления позиций таких игроков, как Cosmos Hotel Group и AZIMUT Hotels, и появления амбициозных проектов вроде LeePrime, ZONT Hotel Group или Mantera.

Новая пятерка

Директор по развитию AZIMUT Hotels **Татьяна Белова** отмечает кардинальную смену расстановки сил: «До 2022 года лидерами были международные бренды. Около 80% рынка делили между собой пять компаний: Radisson, Accor, IHG, Marriott и Hilton. Сегодня в пятерке крупнейших по числу номерного фонда российские компании: AZIMUT (более 12 000 номеров), Cosmos (более 10 000 номеров), Mantera, Amaks и лишь одна иностранная сеть — Accor, число номеров под

управлением которой снизилось почти втрое. За годы совместной работы мы все учились друг у друга, перенимали опыт. Поэтому нельзя сказать, что качество услуг с их уходом упало. В отелях продолжил работать тот же персонал, действуют стандарты. Гость ценит стабильное качество вне зависимости от того, в каком городе он окажется: в Мурманске, Иркутске или Туле».

Однако, если раньше международные бренды давали жесткую «матрицу» всех параметров, от толщины ортопедического матраса до дословного сценария общения портье с гостями, то сегодня местные отельеры ищут баланс, чтобы сохранить уровень сервиса и спрос и учесть запросы инвесторов.

«Да, мы 30 лет, пока иностранные операторы были в России, учились — и в итоге научились делать многие вещи и лучше, и интереснее. Российский гость — один из самых взыскательных и искушенных в мире: ему угодить гораздо сложнее, чем европейцу или американцу. Главная гордость российского гостеприимства — это его «хлебосольность». Честно скажу, такого разнообразия, как на завтрак в российских гостиницах, вы не увидите ни в Европе, ни в Америке, как и реального наполнения «звезд». Компетенций у российских операторов достаточно. Мы научились создавать качественный сервис, перестали копировать и начали задавать собственные стандарты», — говорит **Александр Гендельсман**, совладелец и сооснователь группы ZONT, которая в первом полугодии 2026 года открыла два новых отеля сети: «Лахта Тауэрс» в Санкт-Петербурге и Enzo в Москве. До 2030 года в среднем номерной фонд будет прирастать на уровне 5–6% в год, прогнозируют в CMWP. Пик открытий, по мнению президента Cosmos Hotel Group **Александра Бибы**, придется на 2028–2029 годы.

Руководитель департамента стратегического консалтинга IBC Real Estate **Евгений Саурин** объясняет, почему уход брендов дал толчок развитию рынка: «Часть компаний приостановили действие договоров, часть остались управлять, но не развивают новые проекты. На первый план вышли не только крупные российские федеральные сети, но и менее масштабные игроки». Важно, что стандарты качества остались на уровне. «Российский гость стал весьма требовательным, и эту планку нельзя опускать», — говорит эксперт.

Крупнейшие сетевые операторы по объему номерного фонда, кол-во номеров, 2025 г.

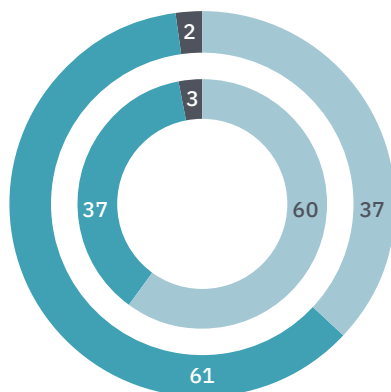
AZIMUT HOTELS	12 153	
COSMOS HOTEL GROUP	10 608	
MANTERA GROUP	7213	
AMAKS	6435	
MARINS GROUP	4183	
ACCOR	3515	
RADISSON HOTEL GROUP	3491	
ZONT HOTEL GROUP	2646	
SAFMAR PLAZA	2399	
VASTA HOTEL MANAGEMENT	2251	
ALEAN COLLECTION	2008	

ТЕНДЕНЦИИ ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА РФ ПО СОСТОЯНИЮ НА 2025 ГОД И ПРОГНОЗ НА 2030 ГОД

Структура сетевых отелей по форматам

○ 2025/○ 2030, %

● ГОРОДСКИЕ ГОСТИНИЦЫ ● ЗАГОРОДНЫЕ / КУРОРТНЫЕ ГОСТИНИЦЫ ● ГОСТИНИЦЫ ПРИ АЭРОПОРТАХ



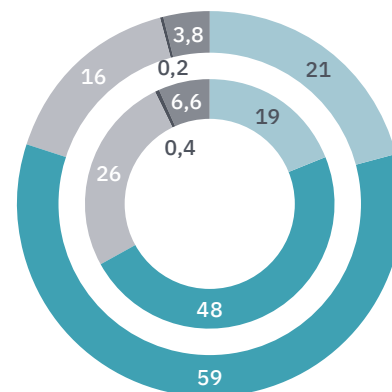
Источник: Commonwealth Partnership



Структура номерного фонда сетевых отелей по категориям

○ 2025/○ 2030, %

● 5* ● 4* ● 3* ● 2* ● САНАТОРИЙ



90 миллионов причин расти

За последние три года отрасль получила мощную господдержку. Программа льготного кредитования (Постановление №141), нулевая ставка НДС для гостиниц до 2030 года и нацпроект «Туризм и индустрия гостеприимства» сделали отельный девелопмент интересным. Но главным драйвером развития индустрии гостеприимства стало перераспределение колоссального турпотока внутрь страны: в прошлом году было более 90 млн поездок, апеллирует к данным Росстата заместитель гендиректора по развитию гостиничной деятельности ГК «Мантера» **Яна Уханова**. Люди путешествуют не только на курорты Краснодарского края, но и на Алтай, Камчатку, Северный Кавказ, в Карелию.

В Cosmos Hotel Group отмечают, что частыми стали короткие, индивидуальные, тематические поездки с личным сценарием отдыха и маршрута, в которых туристы самостоятельны в выборе транспортной логистики и где остановиться. «Гости комбинируют командировку и отдых и выбирают отель, где есть велнес-инфраструктура и оздоровительные программы, путешествуют с детьми, путешествуют с домашними питомцами. Необходимо учитывать все эти тренды», — уверен Александр Биба.

Сейчас, по мнению управляющего партнера УК «Альянс отель менеджмент» **Вадима Прасова**, все меньше людей вспоминают об уходе международных брендов: «Все так или иначе справились. Но расслабляться рано, жизнь российского отельера наполнена самыми разными событиями, приятными и не очень, поэтому надо быть готовым ко всему».

По его словам, процессы, которые выстраивались в отрасли годами, практически не изменились: «Есть спрос — есть предложение. Каких-то серьезных изменений нет, как нет и инноваций».

Вадим Прасов уверен, что в плане цифровизации, например, в России всего достаточно. «Может быть, нам не хватает роботизации ряда процессов, которая сейчас набирает популярность на Западе, но для этого, во-первых, нет предпосылок,

а во-вторых, в высоких ценовых сегментах работы — не решение вопроса, — делится мнением эксперт. — В отельном бизнесе люди работают для людей. Там, где клиенты привыкли к человеческому сервису, вряд ли они будут готовы к роботам». По качеству сервиса, уверен он, «мы точно не хуже европейцев или американцев, но, может, несколько уступаем странам Юго-Восточной Азии, где услуги традиционно на высочайшем уровне».

Насущная проблема — падение платежеспособного спроса. «Арабский мир в силу геополитических и прочих причин не может радовать нас сейчас своим присутствием. В ближайшей перспективе они, конечно, вернуться. Но беда еще и в том, что есть и падение спроса на внутреннем рынке», — сетует Вадим Прасов.

По оценкам аналитиков Nikoliers, традиционный бизнес-туризм действительно ощутимо просел: в частности, загрузка столичных гостиниц в определенный момент продемонстрировала снижение впервые за последние три года, и наиболее заметно сократилась заполняемость пятизвездочных гостиниц.



Риски для новеньких

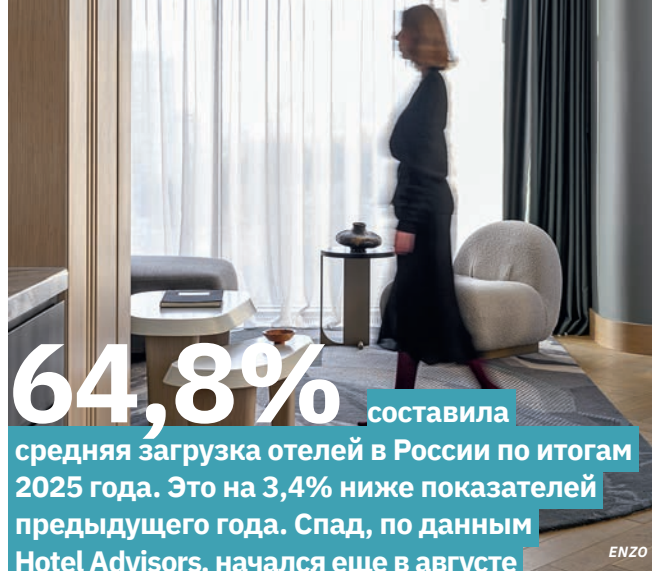
Рост турпотока и льготные программы подогревают аппетит инвесторов, которых могут поджидать серьезные трудности, предупреждают эксперты отрасли. Дорогие деньги делают проектное финансирование (вне льготных программ) обременительным. Разорванные цепочки поставок угрожают качеству. Заменить европейскую систему чиллеров, премиальную итальянскую сантехнику или бельгийский текстиль на доступные аналоги, уложившись в смету, — логистическая головоломка. «Другая немаловажная проблема — рост налоговой нагрузки на предприятия, которые фактически были «малым бизнесом» и работали по упрощенной схеме налогообложения, а сейчас должны платить НДС. Плюс к этому рост налогов в фонд оплаты труда. Все это довольно болезненно для бизнеса», — подчеркивает Вадим Прасов.

Старший директор департамента гостиничного бизнеса и туризма СМWP **Ирина Акутова** обращает внимание на изменение самой бизнес-модели: «Рынок переходит к новой матрице. Уход международных операторов стал особенно чувствительным для городских отелей, где спрос приходил через системы (GDS, OTA). Сегодня генерировать спрос нужно буквально вручную. Поэтому уже девелоперы создают собственные операторские структуры (например, «Мантера», «Васта отель менеджмент»), развиваются арендные схемы (ZONT Hotel Group) и кондо-отели под управлением операторов (VALO, YES)».

Ирина Акутова предупреждает о проблеме строящихся на продажу кондо-отелей — жесткой экономии и уплотнении застройки, которых придерживаются «жилые» девелоперы: «Они несут в курортные проекты частые недостатки жилого сектора, отсюда недостаточно площади в ресторанах, пляжной зоне. Такие проекты подчас не соответствуют стандартам операторов».

Как объясняет эксперт СМWP, в основе самой финансовой модели гостиничного бизнеса много подводных камней. В их числе возможное падение маржинальности за счет увеличения операционных расходов (ФОТ, закупки, тарифы ЖКХ), которые растут кратно быстрее, чем ADR (средняя цена продажи номера). Перекаладывать эти расходы на гостя бесконечно нельзя — покупательная способность не безгранична, сходятся во мнении эксперты.

И самое опасное — операционная слепота новых инвесторов. Соблазнившись господдержкой, в отельный сегмент ринулся непрофильный капитал (от крупных аграриев до IT-миллионеров). Они смотрят на отель как на объект недвижимости, забывая, что гостиница — это ежесекундный операционный бизнес с десятком служб и долгой окупаемостью. «Ожидаемое удвоение номерного фонда к 2030 году рискует обернуться появлением сотен бетонных коробок в красивых местах, где будет просто некому и экономически невыгодно предоставлять качественный сервис», — опасается Ирина Акутова.



64,8% составила средняя загрузка отелей в России по итогам 2025 года. Это на 3,4% ниже показателей предыдущего года. Спад, по данным Hotel Advisors, начался еще в августе 2024 года. Загрузка в высокий летний сезон по рынку показала падение еще больше, на 4,9%, и составила в среднем 73,37%

От портье до генерального

Кадровый голод и рост затрат на фонд оплаты труда Вадим Прасов называет одной из главных проблем отрасли. Курьером работать проще, зарплата растет быстрее, а стресса от общения со сложными гостями нет, рассуждает Татьяна Белова. Кроме того, уход генеральных менеджеров — экспатов оголил управленческое звено: бывшие «вторые номера» резко стали первыми, но антикризисному управлению их не учили. Растить кадры долго и дорого, но это, похоже, единственный выход для отельеров. Неслучайно у «Азимута» более 90% руководящего состава в отелях, по словам Татьяны Беловой, это люди, которые росли вместе с сетью с должностей портье. Как отмечает Александр Биба, только для работы в новых отелях Cosmos в течение 3–5 лет понадобится более 13 000 сотрудников. Поэтому компания создала собственную академию гостеприимства, где в основу обучающих программ заложены мировые стандарты, адаптированные под российский рынок.

Замдиректора отдела стратегического консалтинга CORE.XP **Ксения Непомнящих** отмечает, что кадры всегда были проблемой: «Но всегда были операторы, которые формировали престиж бренда для персонала так, что практически не испытывали кадрового голода. Российским компаниям этот путь только предстоит пройти. Кроме того, «советское» наследие еще не изжито в регионах, где спрос превышает предложение».

По мнению экспертов, опрошенных Forbes Real Estate, сейчас российский рынок гостеприимства проходит этап ускоренного, местами агрессивного, но необходимого взросления, и в ближайшие 3–5 лет его неизбежно ждет консолидация.

По итогам 2025 года в России открылось **32** гостиничных объекта — на **14%** больше, чем годом ранее (данные IBC Real Estate). Совокупный объем нового номерного фонда составил 7200 номеров (+89% год к году). Половина новых отелей (51%) — категории 4*. Всего в классифицированных отелях категории 3–5* 185 500 номеров. По данным Минэкономразвития, в активной стадии строительства находится 100 объектов на 23 000 номеров, еще 208 объектов на 42 000 номеров проектируется



СПОКОЙСТВИЕ КАК НОВАЯ РОСКОШЬ

ЕКАТЕРИНА АЛЕЕВА

Luštica Bay сочетает бонусы курорта в Черногории с размеренной жизнью небольшого приморского города.



Большое зеленое пространство с перепадами высот и двумя небольшими городками в окружении воды — так с высоты выглядит полуостров Луштица в Черногории, который еще несколько лет назад был мало-заселенным местом. По сравнению с шумными соседями — Тиватом и Будвой — он и сегодня выглядит оазисом спокойствия, куда едут те, кто знает цену тишине.

Luštica Bay — один из девяти проектов компании Orascom Development, которая уже 35 лет строит города для жизни и отдыха по всему миру, начиная с курорта Эль-Гуна в Египте. К 2026 году большая концепция развития Luštica Bay, рассчитанная до 2033 года, с инвестициями в €1,6 млрд, реализована не до конца, но то, что уже построено на 690 га (освоены будут только 10%, остальные 90% так и останутся природным заповедником), впечатляет.

«Уже сегодня здесь живет около 1000 семей из более чем 50 стран. Luštica Bay — не курортный поселок, а настоящий город в процессе становления, место, где люди выбирают строить свою жизнь, растить семьи и создавать будущее, шаг за шагом, точно так же, как возводится сам город. Сила Luštica Bay в его подлинности: люди здесь не просто гостят, они пускают корни и вносят свой вклад в развитие живого адриатического города. Наша цель — сохранить тот особый камерный дух и сплоченность, которые здесь сложились, одновременно развивая региональное и общественное сотрудничество. Наше видение выходит за рамки недвижимости: мы создаем сообщество, живущее в полную силу круглый год, — место, где можно жить, работать и отдыхать, чувствовать себя по-настоящему дома и ощущать глубокую причастность к чему-то большому», — рассказывает CEO Luštica Bay **Удад Кхир**.

Прямо на берегу Адриатического моря расположена Marina Village, выстроенная в стиле приморского итальянского



городка — ведь Бока-Которский залив, до которого от Luštica Bay всего 20 минут езды, долгие годы находился под влиянием Венецианской республики. Marina Village включает 600 резиденций, пятизвездочный отель The Chedi со спа-комплексом, марину для яхт на 115 мест, набережную с ресторанами и магазинчиками, пешеходные маршруты вдоль моря и, конечно, пять пляжей в шаговой доступности. Причем в Черногории, где число солнечных дней в году доходит до 270, сезон не ограничивается только летними месяцами. Гости Luštica Bay могут как арендовать жилье в Marina Village, так и остановиться в отеле — в обоих случаях они смогут пользоваться всей инфраструктурой комплекса.

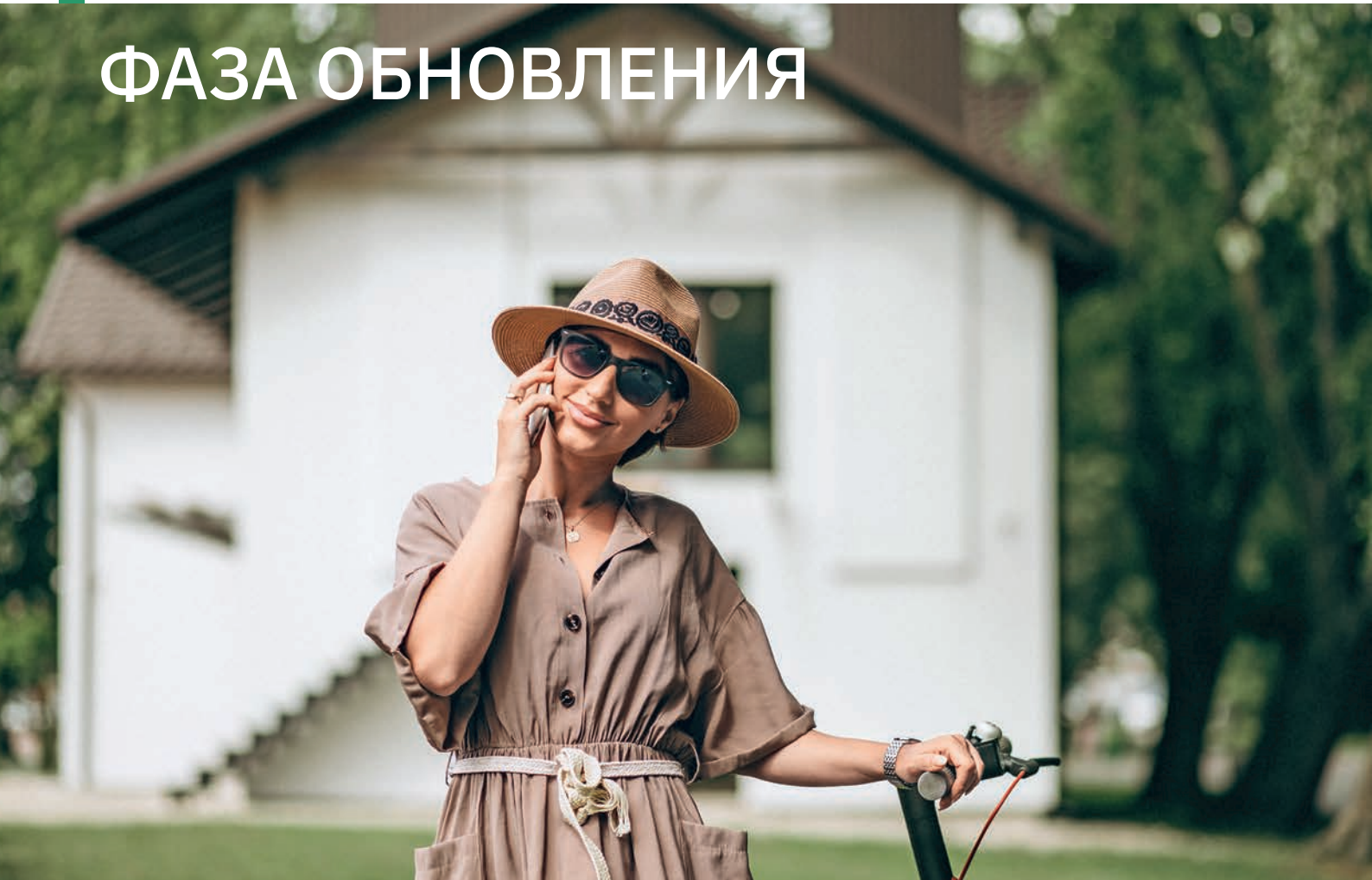
Чуть выше по склону, но с не менее впечатляющим видом на море за каждым поворотом, находится Centrale, задуманный как место для круглогодичной жизни. Здесь есть все для комфортного пребывания, начиная от аптеки и больницы и заканчивая кортами для тенниса. В планах развития Luštica Bay заложено появление международной школы, супермаркета и собственного отделения полиции.

Одной из главных изюминок проекта стало первое и единственное в Черногории гольф-поле, созданное по проекту профессионального гольфиста **Гари Плейера**. По плану к 2029 году на нем будет открыто 18 лунок, но первые девять можно будет играть уже к концу 2026-го. Вид на Адриатику или Бока-Которский залив и перепад высот от 130 до 310 метров над уровнем моря делают поле необычным.

«Когда вы спроектировали 130 гольф-полей на пяти континентах, вас сложно удивить красивым видом. Но я действительно никогда не видел более прекрасного места. Если бы я должен был выбрать дом на любом гольф-поле в мире, это было бы оно», — описывает Гари Плейер впечатления от Luštica Bay.

Сегодня купить дом здесь может не только известный гольфист. Вокруг поля растет район The Peaks, который будет состоять из апартаментов, таунхаусов и вилл, многие из них будут иметь частную террасу с видом, сад или бассейн. ▲●

ФАЗА ОБНОВЛЕНИЯ



ЛЮДМИЛА ЧИЧЕРОВА

Рынок загородной элитной недвижимости в немалой степени ориентируется на модные тренды. Какие трансформации уже происходят и что ожидается в будущем, Forbes Real Estate обсудил с экспертами.

Молодое поколение покупателей загородных домов ценит не только престиж и уединение, но и широкий спектр услуг, предлагаемых в шаговой доступности. Этот сдвиг в потребительских запросах заставляет девелоперов пересматривать концепции проектов. «Мы наблюдаем смену запросов аудитории и ее философии, — рассуждает генеральный директор строительной компании Digniori Arts **Арсений Дрожалин**. — Все больше среди покупателей людей в возрасте 30–40 лет, они заработали быстрые капиталы сами, а не получили в наследство. Эти люди умеют считать деньги, их понимание роскоши другое: уходит в прошлое «демонстративное потребление», и проекты, которые выделяются на общем фоне и кричат о статусе владельца, больше не в моде». И конечно, современным требованиям по инженерии, энергоэффективности, приватности и качеству пространства совершенно не соответствует большинство домов, построенных в 1990–2000-х годах: это несоответствие генеральный директор «Ташир Эстейт» **Максим Самсонов** называет главным драйвером

трансформации. Но не сказать, что она заметна, отмечает управляющий партнер агентства «Intermark Городская Недвижимость» **Дмитрий Халин**: на рынок выходит мало новых проектов, они в основном небольшие и не создают видимой картины обновления.

■ Хорошо настроенная среда

В коттеджных поселках премиального и элитного классов изменения затрагивают представление о разумной площади дома и участка. Раньше ценность была в «больше и дороже», теперь — в качестве среды и концепции продукта, говорит директор департамента загородной недвижимости NF GROUP **Татьяна Алексеева**. В моде не показной статус, а хорошо настроенная среда, и именно это в ближайшие годы будет отличать сильные премиальные проекты от просто дорогих, подтверждает сооснователь компании Noco **Аркадий Хохлов**. В числе ключевых трендов эксперт называет запрос на безопасность, однородное и приятное комьюнити и семейную среду. Также важны приватность, тишина, низкая визуальная агрессия, отсутствие хаотичных ограждений и разностилья.

По словам Татьяны Алексеевой, покупателю важен не метраж, а удобство планировки, логика пространства. Все чаще выбирают один-два этажа вместо трех, и это удобно для всех возрастов. Становятся компактнее и дома, и участки, особенно в премиальном сегменте: по данным Digniori Arts, за 10 лет они уменьшились вдвое. Средний показатель сейчас — 600 кв. м и 20 соток.

Но неизменно важны лес, вода рядом, видовые характеристики. По мнению основателя компаний «Олимппроект» и Ziggurat Development **Владимира Ковалева**, будущее премиального рынка за проектами, которые сочетают природные достоинства загородной жизни с городским комфортом и атмосферой (и активностями) всесезонного курорта.

В базовый инфраструктурный набор 2026 года входят велнес-компоненты, спортивные пространства, рестораны, а также благоустроенная природная территория с прогулочными маршрутами, перечисляет Максим Самсонов. По его оценкам, до 80% резидентов современных элитных поселков регулярно всем этим пользуются. Впрочем, по наблюдениям Дмитрия Халина, слишком развитой инфраструктуры, работающей на внешнюю аудиторию, жители коттеджных поселков обычно не хотят.

Популярность набирают клубные форматы с ограниченным числом резиденций, а также проекты с полноценной сервисной моделью — управление, безопасность и эксплуатация должны быть на уровне городских премиальных сценариев. Большинство новых проектов со стартом после 2023 года заявляют управляющую и сервисную функцию в концепции, уточняет Максим Самсонов.

Новой нормой становится оснащение домов автоматизированными и часто автономными инженерными системами: истинная роскошь без технических инноваций уже невозможна, уверен Арсений Дрожалин. А в благоустройстве востребованы всесезонные решения, не требующие постоянно го участия, добавляет Максим Самсонов.

На смену высоким глухим заборам приходит зонирование с помощью ландшафтного дизайна. Гектары газонов, за которыми нужно ухаживать, тоже не в тренде, достаточно аккуратного, с умом спланированного участка, отмечает директор портала «Всеостройке.рф» **Светлана Опришко**.

Словом, декоративная роскошь и другие излишества прошлых десятилетий, инфраструктура, которая выглядит эффектно на старте продаж, но практически не используется жителями, плотная посадка домов без достаточной приватности теряют актуальность, подчеркивает Аркадий Хохлов.

■ Правильная геометрия

Часто по внешнему виду дома можно определить, когда он был построен и насколько отстал от актуальных трендов. Замок в лужковском стиле безошибочно выдает свой почтенный возраст, избыток элементов вызывает скорее иронию, чем умиление. Так, довольно долго ищут покупателей два подмосковных особняка, принадлежащих Григорию Лепсу и Стивену Сигалу: причина не только в высоком чеке, но и в нестандартной и уже устаревшей архитектуре и планировках.

Не в моде «псевдоклассика», которая доминировала последние 15–20 лет. Она перестает восприниматься как актуальная и все чаще снижает ликвидность объекта, объясняет Татьяна Алексеева. Основной загородный тренд — функциональный минимализм: чистые линии, ровные кровли, панорамные окна, натуральные материалы, интеграция дома в ландшафт. При этом тиражирование одних и тех же решений на десятки домов не подходит для элитных поселков,

Основной загородный тренд — функциональный минимализм: чистые линии, ровные кровли, панорамные окна, натуральные материалы, интеграция дома в ландшафт

добавляет Светлана Опришко: каждый дом обязан иметь характер. Статус владельца подчеркивают природные текстуры и аутентичность оформления помещений.

В тренде пространства, где каждый элемент обоснован, где создано ощущение простора и порядка за счет четких форм, нейтральной палитры, встроенных систем хранения, перечисляет Арсений Дрожалин. Дом проектируется как целостная система, а не как набор архитектурных элементов, и существенную роль играет «интерьерность» экстерьера, когда внешняя среда становится продолжением внутренней, добавляет Максим Самсонов.

По его словам, минимализм в данном случае — не стилистический прием, а отражение новой модели потребления: формируется запрос на вневременной подход. А вот заселиться новые покупатели хотят как можно быстрее, поэтому растет интерес к домам под ключ — в формате базовой отделки либо полностью меблированным по авторским проектам.

Если в прежние годы для персонала проектировали отдельные домики, то сегодня это скорее отдельный блок в основном здании, но с автономным входом. Такое решение позволяет разделить маршруты, сохраняя полную приватность хозяев, рассказывает Светлана Опришко.

■ Материальный вопрос и модернизация

Напрямую на долговечность, эстетику, экологичность и комфорт проживания влияет выбор материалов для дома. Как подчеркивает Максим Самсонов, аудитория с высоким доходом стремится «вернуться к истокам» — подлинным, тактильным материалам, но в сочетании с современными технологиями и инженерией. Спрос будет концентрироваться на всем натуральном: камне, включая травертин и вулканические породы, архитектурном стекле, металле и обработанном дереве без имитации и композитов. Для отделки годится дерево редких пород (ясень, бук, кедр), натуральный обработанный камень, стекло, различные виды древесной пробки и экобамбук, описывает Арсений Дрожалин.

Ключевой фактор — качество реализации и инженерии, подмечает Татьяна Алексеева. Покупатели дорогого загорода ожидают, что цена дома и его себестоимость будут в балансе, добавляет Дмитрий Халин. Такого баланса непросто добиться, когда речь идет о модернизации «старого фонда», где, по словам Арсения Дрожалина, налицо диссонанс старого «скелета» и новых требований. Это сложно и дорого, поэтому лучший вариант — снести и построить заново, делает вывод Дмитрий Халин. В некоторых поселках сносят целые кварталы и возводят на их месте современные объекты — это общепринятая мировая практика, которой следуют частные девелоперы.

Но, по наблюдениям Татьяны Алексеевой, модернизация все же оправдана, когда изначально имеются хороший участок в престижном месте, хорошая база дома (конструктив, посадка на участке) и есть возможность адаптировать все это под современные сценарии без кардинальных затрат. ●▲



РУССКАЯ УСАДЬБА 2.0

МАРИНА ЯМПОЛЬСКАЯ

Новые владельцы элитных соток в поиске корней и смыслов обращаются к культурному контексту дворянского поместья.



ачественное благоустройство с озеленением есть практически в каждом премиальном загородном проекте. Настоящие сады и парки встречаются реже, дело это сложное и затратное для застройщика. Зато на частных угодьях шанс самовыразиться в ландшафте не упускает большинство домовладельцев. Не без основания считая, что благодаря саду дом год от года будет только дорожать.

Времена скучных прожорливых газонов и штампованных клумб прошли безвозвратно, сходятся во мнении профессиональные ландшафтные архитекторы. Природа становится главным дизайнером российских элитных соток, владельцы которых вдохновляются «классическими русскими усадьбами». Интерес к ним снова возвращается на фоне смены парадигмы — движения от искусственной эстетики и позерства к осмысленному потреблению, устойчивости и экономии.

■ Экскурс в историю

Совладелица и ведущий архитектор проектно-строительной компании FULLHOUSEDESIGN **Мария Иванова-Сорокина** выделяет в истории русской усадьбы несколько значимых этапов. Так, в конце XVIII — третьей четверти XIX века, после войны с французами и отмены крепостного права, многие усадьбы были фактически разрушены. В конце XIX — начале XX века также происходило массовое экономическое разорение дворянских усадеб, их перестройка, смена владельцев и трансформация из хозяйственных центров в дачные места. «Сейчас

мы наблюдаем возврат к идее усадьбы, эта волна набирает силу. Масштабы, конечно, не те: редко встретишь владение площадью от 10 гектаров и даже 1 гектар — это уже огромный надел. Но решения, определившие формат 100 и 200 лет назад, откликаются в душе состоятельных россиян сегодня», — отмечает она.

Люди стремятся воссоздать классический перечень усадебного комплекса в современном прочтении: вместо конюшни — гараж, вместо бани и купальни — спа-комплекс, домашний театр превращается в семейный кинозал, а балльная зала — в гостиную для приемов, оранжерея может стать зимним садом. Но на территории неизменно присутствуют пруды, цветники, сады и беседки. Последний элемент особенно важен. «Усадьба без беседки, как человек без души», — говорит Мария Иванова-Сорокина. «Когда наш человек оказывается на своей земле, в нем просыпается желание барствовать, которое реализуется в том числе в организации пространства по примерам, описанным у Толстого и Бунина. Это наш культурный код», — рассуждает архитектор.

По данным Villagio Realty, за последние 10 лет загородные дома уменьшились по площади в два раза. В среднем 600 кв. м с эргономичными планировками на 20 сотках — таков результат поворота рынка в сторону разумного потребления. Но популярны террасы, которые часто обставляют кадками с цветами и плетеной мебелью. Открытое пространство формируют как место для любования природой, защищенное тем не менее каким-нибудь навесом от солнца или дождя.

Клумбы, кустарники, подсветка, кадки, ступеньки, перголы, костровища — все элементы идеального вечера предусматриваются еще на стадии проектирования дома и сада. Могут быть и пруды или другие водные элементы, но вода в ландшафте — опция на любителя. Комары способны испортить идиллию, напоминает Мария Иванова-Сорокина.

■ От имитации к культивации

Клубника, ароматные травы и кабачки в красивых высоких грядках в современных усадьбах тоже не редкость. И наконец, главный тренд — отказ от формальных парковых решений в пользу естественных композиций. В моде луговые растения и сады, которые выглядят так, будто их создала природа.

Пересматривать выбор и растительную палитру ландшафтных архитекторов мотивирует изменение климата. Английские газоны, требующие ежедневного полива, сегодня непозволительная роскошь. Заметно дорожающие ресурсы (электроэнергия, вода) делают газон поистине «золотым».

Устаревшими решениями также считаются регулярные французские парки и японские сады с геометрическими формами, экзотические растения, требующие сложного ухода, избыточное использование камня и бетона, а также симметричные композиции без связи с естественным ландшафтом. «Все то, что выглядит как декорации к фильму о богатых, уже не работает», — утверждает ландшафтный инженер, автор блога «Поле полей» **Игорь Сафиуллин**.

Для современной загородной резиденции актуальны засухоустойчивые растения, адаптированные к местному климату виды, системы «умного полива» и концепция «постиндустриального сада».

■ Прогрессивная усадьба

Чем проще и натуралистичнее выглядит сад, тем сложнее технологии для его создания и содержания. Участки превращаются в высокотехнологичные экосистемы, в которых процессами полива, освещения и поддержания определенной температуры на садовых дорожках и в теплицах с планшета управляет искусственный интеллект, способный в ближайшем будущем предсказывать потребности растений. Цена на такой сад начинается от 5 млн рублей, но, по словам экспертов, окупается экономией ресурсов и времени обслуживания. Развиваются концепции «съедобных садов» и вертикального озеленения (даже за городом).

«Ландшафтная архитектура предлагает сегодня различные решения и технологии. Озеленение крыш особенно актуально на небольших участках. Вертикальные сады пока работают только в закрытом грунте. Растения в таких зимних садах могут сформировать прекрасные круглогодичные зеленые пространства», — перечисляет Игорь Сафиуллин.

Несмотря на то что в садово-парковом деле у российских ландшафтных архитекторов уже накоплен довольно большой опыт, им приходится постоянно держать руку на пульсе развития современных технологий, призванных облегчить процесс ухода за садом. «Лет через пять участок без умных систем будет восприниматься как анахронизм», — не сомневается ландшафтный архитектор, основатель архитектурно-ландшафтной компании «Илья Мочалов и Партнеры» **Илья Мочалов**.

Цифровизация добралась и до грядок. Декоративные огороды набирают популярность. Все гуще на элитных сотках



растут огурцы, помидоры и классические кусты смородины, а в «умных» теплицах и на высоких грядках круглый год зреет клубника и благоухает лаванда. Но главное в современном ландшафте все же эстетика, а не высокая урожайность.

К слову, в Европе съедобные сады давно стали нормой, вот и в новые русские усадьбы они тоже постепенно возвращаются. Архитекторы адаптируют идею продуктивного садоводства под современные реалии, а владельцы всецело вовлекаются в процесс — и творческое занятие, и терапия, и можно с гордостью угощать своими фруктами-ягодами гостей.

■ Зеленые инвестиции

Современные владельцы новых русских усадеб инвестируют в ландшафтные решения наравне с произведениями искусства и открыты к экспериментам. Адаптация западно-европейской импрессионистской эстетики или средиземноморского вайба к подмосковному климату и пейзажам воспринимается как способ чуть ли не удваивать стоимость домовладения. Аналитики несколько лет подряд фиксируют рост спроса на услуги ландшафтных архитекторов. По оценкам Национального рейтингового агентства (НРК), объем этого рынка в постпандемийные годы вырос на 60% и достиг 25 млрд рублей. Ландшафтный дизайн стал обязательной опцией в премиальном сегменте.

Меняется не только динамика спроса и предложения, но и структура инвестиций. Если раньше на ландшафт тратили 5–10% от стоимости дома, то сейчас это может быть 30–40%. «Случается и так, что клиент тратит на сад больше, чем на дом», — делится наблюдениями Илья Мочалов.

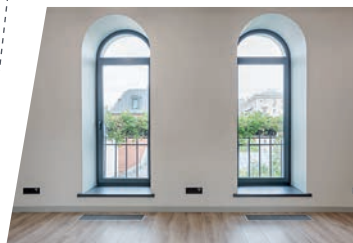
Но все это касается премиального сегмента. «Максимум, что себе позволяет заказчик из среднего ценового сегмента, — концепцию проекта. Цена такой услуги от начинающих ландшафтных архитекторов — 30 000 рублей, у профессиональных ландшафтников — от 300 000 рублей», — говорит Игорь Сафиуллин.

По словам директора по развитию бюро ALD Landscapes **Дмитрия Онищенко**, наличие качественного ландшафта повышает в 1,5 раза стоимость и квартир в клубных домах, и домов загородных: «Подобное происходит и в частном секторе, растет спрос на дома с готовым ландшафтом». Бюджет на ландшафтный проект в соотношении со стоимостью дома индивидуален для каждого заказчика: «Единой формулы не существует. В люкс-сегменте от 2 млн рублей за 100 кв. м стоимость формирует не площадь благоустройства, а сложность концепции, используемых технологий, качества материалов и растений».

При создании концепции архитекторы опираются на пожелания заказчика, его личное видение сада и особенности местности и архитектуры дома. «Сад — такое же от-

ражение внутреннего мира владельца, его убеждений, ценностей, как архитектура и интерьер», — уверен Дмитрий Онищенко. Однако сегодня растет спрос на так называемую малоуходность, и чем меньше ежедневного внимания требуют сады, тем большей популярностью они пользуются. ▲▲





ОФИСЫ В НАРЕЗКУ: ИНВЕСТИЦИЯ С ОГОВОРКАМИ

УЛЬЯНА МОРОЗОВА

Доля мелких офисных блоков в предложении в качественных бизнес-центрах Москвы доходит до 80%, число лотов до 300 кв. м за год выросло почти вдвое. Появившийся сравнительно недавно формат, рассчитанный в значительной степени на привлечение частных инвесторов, стремительно разросся, а рынок разделился во мнениях: одни игроки обещают доходность до 15–17% годовых, другие считают, что половина покупателей приобрела актив, реальная экономика которого не оправдает маркетинговых обещаний.

Расстановка сил

Офисный рынок Москвы за последние несколько лет пережил структурную трансформацию. «Мелкая нарезка» бизнес-центров на продажу, еще недавно считавшаяся нишевой, превратилась в один из ключевых сегментов предложения. По данным директора департамента офисной недвижимости NF Group **Елены Акатовой**, на блоки до 300 кв. м приходится 25% первичного предложения по площади (324 000 кв. м) и 82% по количеству лотов. Генеральный директор Q1 Group **Екатерина Ньюман** оценивает объем такой недвижимости «в стройке» примерно в 1 млн кв. м.

Тренд начал формироваться в 2020–2022 годах. По словам коммерческого директора West Wind Group **Елизаветы Ильяхиной**, продажа высотных БЦ класса А по частям не означала полной перестройки бизнес-модели, а стала ответом на конъюнктуру. Девелоперы стремились привлечь самую активную категорию покупателей с бюджетом до 50 млн рублей, чтобы быстрее окупить вложения в объект.

Существенный вклад в раскрутку формата внесла и динамика арендных ставок: по оценке руководителя аналитического

центра STONE **Марины Грицковой**, за последние два года они выросли более чем на 50%. Удорожание аренды подталкивает компании к покупке требуемых площадей, это могут быть и здания целиком, и небольшие офисы. При нынешнем уровне ставок владение становится экономически оправданным уже на горизонте 7–10 лет, особенно для бизнесов, которым важны стабильность и предсказуемость расходов.

По данным NF Group, наибольшая доля сделок весной 2026 года проходила с блоками от 100 до 300 кв. м (33% против 29% годом ранее), а доля лотов до 100 кв. м выросла с 16% до 18%. Средняя площадь в сделке в 2025 году, по данным Марины Грицковой, составила 184 кв. м при среднем бюджете 94,1 млн рублей.

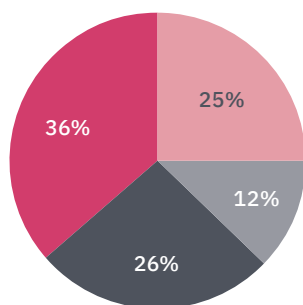
Кто покупает и зачем

Портрет покупателя за последние годы заметно изменился. Если раньше доля частных инвесторов доходила до 70%, то сегодня, по данным Марины Грицковой, 50–60% компаний приобретают офис «для себя». Независимый инвестиционный консультант **Артем Цогоев** дает схожую оценку: около

Структура предложения по размеру лотов с учетом всего доступного предложения

по площади

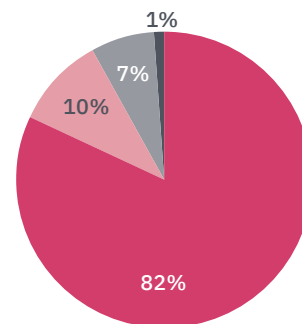
- ДО 300 КВ. М
- ОТ 300 ДО 1000 КВ. М
- ОТ 1000 ДО 3000 КВ. М
- СВЫШЕ 3000 КВ. М



Источник: NF Group

по количеству

- ДО 300 КВ. М
- ОТ 300 ДО 1000 КВ. М
- ОТ 1000 ДО 3000 КВ. М
- СВЫШЕ 3000 КВ. М



60% приходится на конечных пользователей, 40% — на инвесторов. Именно это соотношение удерживает рынок от роста вакансии (доли пустующих площадей): далеко не все купленные офисы выйдут на рынок аренды.

Немного иными красками рисует структуру спроса заместитель генерального директора Professional FM **Наталья Барамыгина**: 50% — это непрофессиональные частные инвесторы, которым продали доходность в 13–15%, недостижимую в первые пять лет, еще 30% приходится на конечных пользователей, для которых собственный офис является частью стратегического развития и HR-бренда, и лишь 20% составляют профессиональные инвесторы с четкой стратегией.

Руководитель офисного департамента Invest7 **Ксения Харкевич** выделяет две наиболее активные категории: инвесторов с бюджетом до 50 млн рублей и конечных покупателей в бюджете 500 млн — 1 млрд рублей (берут примерно 1000–2000 кв. м).

У каждой группы своя мотивация. Конечные пользователи, прежде всего технологические, консалтинговые, медицинские и образовательные компании, покупают офис как элемент операционной инфраструктуры и инструмент фиксации расходов в условиях быстро растущих арендных ставок. Частный инвестор, по наблюдениям коммерческого директора PIONEER **Алисы Шишиной**, рассчитывает на сохранение капитала и регулярный денежный поток от аренды, именно эту категорию она называет ключевыми покупателями в начале 2026 года.

Между обещаниями и реальностью

Валовая доходность (отношение годового арендного дохода к стоимости покупки) офисов для частных инвесторов, по оценке участников рынка, находится в диапазоне 8–12% годовых при среднем сроке окупаемости 10–11 лет. Однако разброс внутри этого диапазона огромен, и итоговая цифра зависит от конкретных переменных.

Артем Цогоев выделяет два сценария. Оптимистичный предполагает, что был приобретен качественный объект класса А в зрелом деловом районе с профессиональной управляющей компанией: ставки аренды в небольших блоках до 300 кв. м достигают 60 000–65 000 руб./кв. м/год, арендная доходность составляет около 8–9%, а полная доходность с учетом роста стоимости актива способна обеспечить IRR (внутреннюю норму доходности) 15–17% годовых. Пессимистичный сценарий рисует слабого девелопера, неудачную локацию и деградацию объекта: доходность от аренды падает до 4–5%

при отсутствии роста стоимости и серьезных проблемах с ликвидностью. Все, что находится между двумя крайностями, по мнению эксперта, и служит базовым сценарием, а выбор траектории целиком зависит от решений самого инвестора.

Отдельный риск связан с завышенными ожиданиями по доходности. По мнению Екатерины Ньюман, причина кроется в маркетинговой стратегии девелоперов: продажи нередко стартуют на стадии проектирования, еще до получения разрешения на строительство, а в финансовую модель закладывают не все риски, в том числе они не отражают угрозы затоваривания рынка. Горизонт планирования более 4–5 лет, таким образом, может не отражать реальной доходности помещения после ввода объекта в эксплуатацию.

Кроме того, значительная часть строящихся бизнес-центров расположена в отдалении от основных деловых локаций, что увеличивает срок поиска арендатора и ограничивает арендный потенциал, отмечает Ксения Харкевич.

Есть и менее очевидный фактор, влияющий на скорость выхода объекта на целевую доходность. В отличие от жилья комфорткласса, где встречаются предложения уже с отделкой, офисы продаются «в бетоне». Сдать такое помещение сразу невозможно: чтобы привлечь арендатора, надо сделать ремонт. И пока «соседи» не завершат отделочные работы, здание работает в ограниченном режиме, арендаторы в такие условия, как правило, не приходят, констатирует Наталья Барамыгина.

А есть ли ликвидность?

Один из ключевых вопросов для инвестора: насколько легко выйти из актива через три-пять лет? Объем сделок на первичном рынке в I квартале 2026 года, по данным NF Group, составил 104 000 кв. м, что на 23% больше, чем годом ранее. Спрос есть, рынок растет. Однако, решив продать актив, инвестор будет конкурировать с новым предложением от девелоперов. Лучшая стратегия, по мнению Артема Цогоева, состоит в том, чтобы превратить помещение в ГАБ (готовый арендный бизнес, то есть объект с действующим арендатором и подтвержденным денежным потоком): это существенно расширяет круг потенциальных покупателей, переводя недвижимость в категорию инвестиционного инструмента.

Стратегия инвестора может предполагать и перепродажу на высокой стадии строительства или после ввода: прирост цены в таком случае может быть 25–30% от цен на старте продаж, отмечает директор по аналитике FORMA **Ольга Павлик**. Дополнительным преимуществом она называет более быстрый цикл строительства бизнес-центров по сравнению

с жильем, а также жестко регламентированные сроки ввода для объектов, строящихся по МПТ (столичная программа стимулирования создания мест приложения труда).

Лучшим временем для перепродажи Ксения Харкевич считает второй год после начала эксплуатации, когда завершаются основные ремонтные работы, появляется инфраструктура, заселяются арендаторы. В перспективе трех-пяти лет объекты, по ее оценке, также остаются ликвидными: они по-прежнему актуальны с архитектурной и инженерной точек зрения.

Впрочем, есть и менее оптимистичный взгляд. Наличие большого числа собственников формирует скрытый дисконт: в среднем 5–10% по сравнению с аналогичными офисами в зданиях с ограниченным числом владельцев, указывает Алиса Шишнина. Сделок по перепродаже и уступке прав на рынке сейчас крайне мало, а спекулятивные инвесторы, рассчитывающие заработать на разнице цен покупки и продажи, получают актив, который не могут реализовать даже по цене, казавшейся низкой на входе, констатирует Наталья Барамыгина. Ситуация изменится, когда здание выйдет на нормальный цикл жизнедеятельности и будет заселено хотя бы на 50%, а на это может потребоваться несколько лет.

■ Как этим управлять

Формат «мелкой нарезки» принципиально меняет подход к управлению зданием. Если раньше в бизнес-центре было максимум два-три владельца, то сегодня, как отмечает генеральный директор УК STONE Office **Ирина Севалкина**, их может быть от 20 до 60 и более. Ключевые риски связаны именно с разногласиями между собственниками: от накопления дебиторской задолженности и несогласованных перепланировок до использования помещений не по назначению, что в конечном счете и ведет к формированию «офисного шанха» — хаотичного пространства.

Сложности возникают на нескольких уровнях. На уровне property-менеджмента (управления объектом как активом) проблемы появляются, если возникает спрос на помещение большой площади: собственникам приходится договариваться об объединении блоков и совместной сдаче. Разногласия из-за различных ожиданий по ставке, срокам и условиям ремонта неизбежны, отмечает Елизавета Ильюхина. На уровне facility-менеджмента (технической эксплуатации) многие решения требуют общего собрания или письменных согласий, что затягивает срочные работы. Классическая модель эксплуатации в таких условиях не работает, подчеркивает Екатерина Ньюман: требуется комплексный сервис, включая помощь в сдаче помещений и сопровождение ремонтных работ, а отсутствие кворума на общих собраниях может блокировать ключевые решения.

Управлять объектами со множеством собственников умеют менее 5% всех УК, а хотят, по оценке Натальи Барамыгиной,

Без профессиональной управляющей компании бизнес-центры, проданные «в нарезку», будут превращаться в пространства с «определенной долей анархии», куда ни один системный арендатор не пойдет



еще меньше. Маржинальность бизнеса — около 10% при средней дебиторской задолженности в два-три месяца. Средний диапазон тарифов (3500–5000 руб./кв. м/год, включая НДС) она считает крайне низким: по таким ставкам большинство системных УК работать не соглашаются, и на объекты выходят не самые компетентные компании.

Для сравнения: в объектах STONE, по словам Ирины Севалкиной, ставка эксплуатации — 5850–6500 руб./кв. м/год без НДС с индексацией на инфляцию, а управляющая компания вовлекается еще на стадии проектирования, что позволяет учитывать разные эксплуатационные сценарии.

Разница в подходах наглядна: там, где УК участвует в проекте с самого начала, формируются единые правила использования помещений, условия договора управления, положение о фонде капитального ремонта, регламенты взаимодействия с ресурсоснабжающими организациями. Там, где на эксплуатации экономят, здание рискует скатиться в хаос.

■ Нужна упаковка

Модель продаж в целом работает: к моменту ввода новые объекты, как правило, проданы на 85–90%, а в готовых бизнес-центрах доля непроданных площадей не превышает 5%, отмечает Марина Грицкова. Однако за средними цифрами скрывается неоднородная картина. В Москве есть офисные кварталы, введенные в 2025 году без единой сделки, указывает Наталья Барамыгина. По ее наблюдениям, реалистичным ориентиром сегодня является продажа 70% площадей к моменту ввода, а проектов, где здание целиком ушло бы «в мелкую нарезку», было заселено и успешно функционировало, на рынке пока нет.

Итак, для инвестора формула успеха проста: сильная локация, опытный девелопер, профессиональная УК с этапа проектирования и единые правила для всех собственников. На практике соединить все четыре элемента удастся далеко не каждому проекту. Рынок офисной «нарезки» пока напоминает стартап: модель продаж отлажена, маркетинг работает, а вот полный жизненный цикл, от заселения до стабильной эксплуатации и выхода, не прошел еще ни один объект. Ближайшие два-три года покажут, станет ли «мелкая нарезка» полноценным инвестиционным инструментом или останется красивой упаковкой с оговорками по доходности. ■■

НОВАЯ ДНК ДИЗАЙНА



ДМИТРИЙ КОШАК,
главный архитектор проектов ABD architects

Представьте ситуацию. Клиент с энтузиазмом утверждает концепцию: новый офис, инновационное пространство. Все чаще звучит слово «апгрейд» — больше креативности, больше молодых талантов, больше прорывных идей. Питч дизайна: свет, воздух, гибкие зоны, куча «вау» со стороны. А дальше классика жанра: ленточка перерезана, шампанское выпито, проектная команда растворяется. Пользователи остаются один на один с инновационным пространством — в роли краш-тест-манекенов.

■ Изменить правила игры

Исследования давно говорят: обратную связь с заказчиком можно и нужно выстраивать на каждом этапе жизни офиса. Но архитекторы, дизайнеры, честно говоря, не слишком стремились слушать, как их проекты ведут себя в реальности. А клиенты, еще честнее, не слишком хотели за это платить. В итоге постэксплуатационный этап стал чем-то вроде «неудобного приложения», от которого хочется скорее отписаться. Хотя именно в этот момент происходит главное: пространство либо становится инструментом, либо дорогой декорацией с хроническими багами.

На этом фоне появляются попытки изменить правила игры. Например, подход Soft Landing, «мягкая посадка» — идея почти бытовая: не «сдавать» проект, а доводить его до ума вместе с пользователями. Остаться после переезда, наблюдать, настраивать, объяснять. И да, это стоит денег. Примерно 0,25% от стоимости строительства — цифра, которая на фоне общего бюджета почти не читается. Зато экономит куда больше: на переделках, недовольных сотрудниках и репутационных издержках.

Есть еще один нюанс: чем «умнее» офис, тем выше шанс, что что-то пойдет не так. Новые системы, автоматизация, энергоэффективность — все это работает только при условии, что люди понимают, как этим пользоваться.

Soft Landing предлагает довольно человеческую вещь: не бросать пользователя один на один с системой, объяснять, по каким правилам существует новый дом. Есть в этом подходе

и почти терапевтический эффект. Когда команда остается рядом, возникает ощущение «о нас не забыли». Когда проблемы фиксируют — появляется доверие. Когда их решают — лояльность. Но даже идеально выстроенный процесс не работает, если из него выпадает главное — человек.

■ Человеческий фактор

Организационные изменения — это всегда про людей. Можно сменить офис, стратегию, логотип, но, если люди не совершили свою внутреннюю миграцию, это все лишь перестановка мебели, пусть красивой и дорогой. Переезд — идеальный пример такого события, он запускает цепную реакцию: от легкого раздражения («а где тут кофе?») до экзистенциальных вопросов («а зачем я вообще здесь?»).

Руководители компаний реагируют позитивно: «Стало светлее, удобнее, свежее. Есть собственный бариста». Но переезд — это про ощущение потери, неопределенности и заново собранной идентичности. И если этот процесс игнорировать, сопротивление не исчезает — оно становится фоновым.

Его не нужно воспринимать как саботаж. Это язык утраты. Люди теряют не только привычное место. Они теряют ритуалы, статус, ощущение контроля. И если с этим ничего не делать, сопротивление новому тянется за компанией шлейфом: до, во время и после переезда. А вместе с этим теряется и вовлеченность. Та самая, которую ни в одном KPI не прописать. И которая особенно ценна для бизнеса в моменты неопределенности и дефицита ресурсов.

Психологи объясняют: человек оценивает любые изменения через призму «что это значит лично для меня». Не для бизнеса, не для стратегии — для меня. Выиграю ли я? Проиграю? Сейчас или потом? Отсутствие внятных ответов включает механизм защиты.

В этом смысле переезд — проект больше эмоциональный, чем логистический. Он меняет не только физическую среду, но и отношения: между сотрудниками и компанией, между ожиданиями и реальностью. И самое важное — люди запоминают не сам факт изменений, а то, как они их прожили. Если переход был хаотичным, холодным, формальным — это становится частью корпоративной памяти. Если поддерживающим и осмысленным — тоже.

Офисы не превращаются в хорошие автоматически. Они не работают сами по себе и не настраиваются единожды. Как любая сложная система, они требуют внимания. Ключевая проблема в том, что мы по-прежнему воспринимаем офис как готовый продукт, а не как процесс. И пока Soft Landing остается факультативом, дизайн так и не приобретет человеческого измерения — останется продуманным, эффектным, но в сути своей бумажным, к реальной жизни имеющим весьма косвенное отношение. ▲■

Организационные изменения — это всегда про людей. Можно сменить офис, стратегию, логотип, но, если люди не совершили свою внутреннюю миграцию, это все лишь перестановка мебели

НЕ ВОЗРАСТ, А КОНЦЕПЦИЯ

ИРИНА МАЛЮКОВА

Каждый второй торговый центр в Москве нуждается в обновлении, но далеко не каждый собственник готов за него платить. Концепции устаревают быстрее, чем здания, а конкуренция с онлайн-торговлей и новыми форматами только усиливается. В этих условиях реновация превращается из ремонта в стратегию выживания.

Половина в зоне риска

По данным NF Group, по состоянию на весну 2026 года 51% торговых центров Москвы нуждался в реновации. Несмотря на то что показатель снизился на 7 п. п. год к году (главным образом за счет ввода в 2025-м новых объектов), проблема носит системный характер: в отдельных округах столицы (ЮАО и ЗАО) доля устаревших торговых площадей достигает 70%.

Большинство опрошенных Forbes Real Estate экспертов дают схожую оценку. В Bright Rich и RealJet отмечают, что более половины качественного торгового фонда Москвы находится в зоне риска морального устаревания и требует обновления. С этим показателем согласны и в Ассоциации торговой недвижимости и экспертов рынка ретейла (АТЭР). В УК «Аструм» (управляет коммерческой инфраструктурой ГК «Гранель») добавляют, что в регионах России ситуация еще серьезнее: около двух третей торговых объектов требуют существенной реновации.

И как отмечают эксперты, краткосрочное снижение доли устаревших объектов не меняет общей картины. Оно объясняется вводом новых ТЦ и завершением отдельных точечных проектов реконцепций, однако в перспективе давление времени на рынок торговой недвижимости будет только усиливаться.

Как меняется цикл жизни ТЦ

Тому, что число морально устаревших торговых центров продолжит увеличиваться, есть несколько причин. Так, по данным NF Group, уже сегодня около двух третей московских объектов старше 10 лет. Но возраст сам по себе не приговор, уверен руководитель департамента развития проектов RealJet **Роман Кокорев**. В качестве примера он приводит ряд крупных объектов: «Коламбусу» и «Авиапарку» в этом году исполняется по 12 лет, ТРЦ «Галерея» в Санкт-Петербурге в прошлом году отметил 15-летие, а «Метрополис» — 16-летие (открылся в 2010 году, вторая очередь — в 2016-м). Несмотря на возраст, эти объекты сохраняют актуальность: они системно обновляются, адаптируются к изменениям рынка и выстраивают работу с аудиторией не формально, а по существу.

Необходимо различать физический износ и концептуальное выгорание, считает гендиректор УК «Аструм Недвижимость»



Сергей Нюхалов. По его словам, здание может оставаться технически исправным, но морально устареть уже через пять-семь лет после ввода. В наибольшей зоне риска сегодня находятся крупные классические моллы, где ключевая ставка сделана на фешен-ретейл при слабой досуговой составляющей. Под давлением маркетплейсов такие объекты теряют трафик быстрее остальных.

Как подчеркивает эксперт АТЭР **Павел Люлин**, если ранее концепция могла быть актуальной в среднем 8–10 лет, то сейчас этот срок сократился до 5–7 лет. В то же время, по мнению руководителя департамента стратегического консалтинга IBC Real Estate **Евгения Саурина**, при внимательной работе с трендами и своевременной адаптации со стороны управляющей компании необходимость в масштабной реновации может не возникнуть.

Не кризис, а трансформация

Директор департамента инвестиций и рынков капитала Bright Rich **Екатерина Андреева** связывает ускорение устаревания с высокой волатильностью рынка ретейла. По ее словам, на этот процесс влияют сразу несколько факторов: изменения в пуле арендаторов, активная ротация брендов, рост доли электронной торговли, трансформация роли торговых центров.

Региональный директор департамента торговой недвижимости NF Group **Евгения Хакбердиева** добавляет к списку факторов изменение потребительского поведения, снижение покупательной способности, макроэкономическую нестабильность. В ответ на это торговые центры все больше наполняются сервисами, развлечениями и форматами, ориентированными на повседневные потребности людей. Объекты, не успевающие подстроиться под новые запросы, постепенно теряют актуальность и переходят в категорию устаревших.

В то же время Сергей Нюхалов считает, что говорить о системном устаревании самой модели торговых центров некорректно: «Меняется не она, а сценарии использования. Проблема не в кризисе формата, а в потере актуальности классического набора арендаторов». Снижается доля спонтанных визитов в ТЦ, но растет время пребывания — люди

все чаще приезжают целенаправленно за услугами и впечатлениями. На этом фоне классические моллы теряют часть трафика, тогда как качественные районные центры демонстрируют большую устойчивость. В выигрыше оказываются объекты, которые быстрее отходят от роли классического арендодателя.

■ От ремонта к смыслу

Ключевой тренд в реконцепции ТЦ сегодня — не косметическое обновление, а переосмысление их роли. Как подчеркивает Павел Люлин, речь идет о поиске ответа на базовый вопрос: зачем посетителю вообще сюда ехать? Показательный пример такого подхода приводит Роман Кокорев. Последний объект начала 2000-х с сильной локацией, но устаревшей концепцией и неэффективным управлением — прошел глубокую реконцепцию. Был полностью обновлен состав арендаторов, пересмотрено позиционирование с фокусом на локальную аудиторию — жителей района и посетителей парка «Сокольники». В результате за два года посещаемость выросла более чем вдвое, а выручка — примерно на 50%. Ключевым фактором успеха, по словам эксперта, стал не сам ремонт, а предварительная работа: собственник сначала определил, кто является целевой аудиторией объекта и какие сценарии посещения он должен закрывать.

Собеседники Forbes Real Estate утверждают, что сегодня фокус реконцепций смещается в сторону гастрономии, досуга, спорта и сервисов, а также гибкой трансформации пространств, обновления пула арендаторов, внедрения цифровых решений и улучшения навигации, входных групп и фасадов. По сути, торговые центры все чаще превращаются в многофункциональные центры притяжения.

Однако такая трансформация требует не только свежих идей, но и соответствующей инфраструктуры. Как подчеркивает Роман Кокорев, арендаторам сегмента food & beverage нужны современные инженерные решения, от вентиляции и канализации до энергопомощностей. Развлекательные форматы, в свою очередь, предъявляют требования к высоте потолков, пролетам и гибкости пространства. Если объект этим параметрам не соответствует, косметической модернизации уже недостаточно.

«Запас прочности» в исходной архитектуре позволяет отдельным винтажным торговым объектам адаптироваться к новым условиям. В качестве примера Роман Кокорев приводит «МЕГА Теплый Стан», открытый в 2002 году: широкие галереи, высокие потолки и просторные общественные зоны изначально заложили потенциал для последующей трансформации. При реновации ТРЦ «Галерея» (Санкт-Петербург) новый собственник с 2026 года обновляет общественные пространства, идентичку и позиционирование объекта.

Эти примеры говорят о том, что возраст сам по себе не гарантирует актуальности: объект может быть относительно новым, но уже не соответствовать ожиданиям аудитории по архитектуре или сценариям использования. И наоборот. Поэтому, по словам Романа Кокорева, корректнее оценивать не столько срок эксплуатации, сколько качество концепции, инженерных решений и экономическую модель проекта.

Екатерина Андреева добавляет, что крупные торговые центры обладают большими возможностями: они могут перераспределять площади, менять якорных арендаторов, внедрять новые функции, включая развлечения, офисные

элементы и коворкинги. А вот малоформатные объекты чаще ограничиваются точечной модернизацией — оптимизацией пула арендаторов и усилением функций, ориентированных на потребности жителей ближайших районов.

Именно соответствие повседневным сценариям становится сегодня ключевым критерием актуальности объекта. Как отмечает Сергей Нюхалов, торговый центр фактически считается устаревшим, как только перестает вписываться в ежедневный маршрут человека: потребитель стал более рациональным и уже не готов тратить время на неудобную логистику. Если ТЦ не предлагает дополнительных сценариев, помимо шопинга, он начинает терять конверсию.

■ Цена актуальности

Реновация торговых центров — это не разовый ремонт, а непрерывный процесс адаптации объекта под меняющиеся потребительские привычки в конкретной локации. Обновление остается сложным и ресурсоемким процессом. По словам Евгении Хакбердиевой, в одних случаях достаточно обновления фасадов, входных групп и общественных зон, а также усиления досуговой и гастрономической составляющей. В других требуется фактически полная реконструкция, что увеличивает затраты в разы.

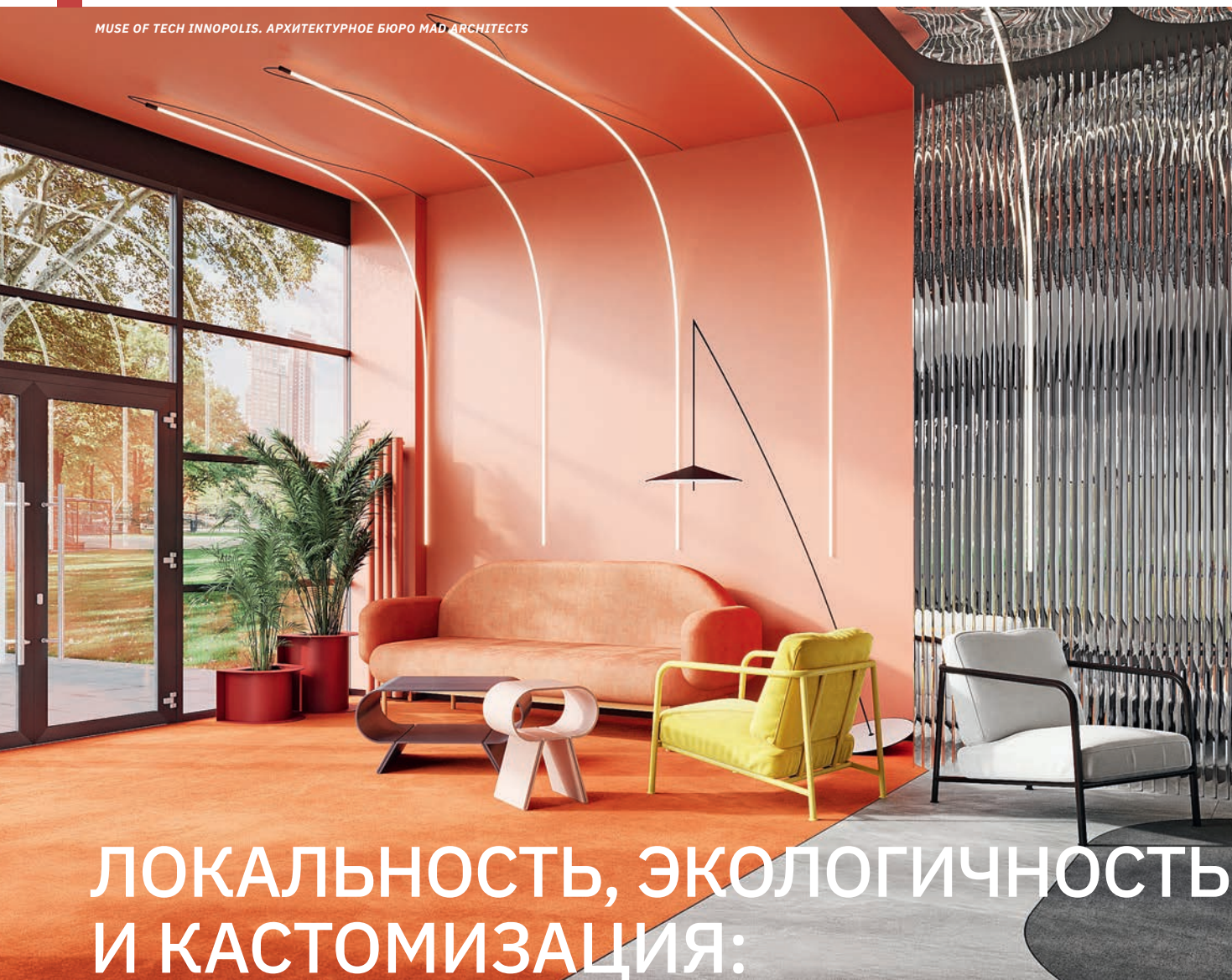
По оценке участников рынка, стоимость обновления торгового центра в Москве может варьироваться в широком диапазоне — от 50 000 до 200 000 рублей за квадратный метр. Павел Люлин уточняет, что нижняя граница характерна как раз для точечных обновлений, тогда как верхняя соответствует почти полной реконструкции с существенным вмешательством в планировку и инженерную инфраструктуру.

■ Обновляться — дорого, не обновляться — рискованно

Реконцепция ТЦ сталкивается с рядом системных ограничений. Как отмечает Павел Люлин, ключевых препятствий три. Во-первых, финансовое: высокая стоимость строительства и заемного финансирования, арендные ставки не увеличиваются сопоставимыми темпами. Во-вторых, концептуальное: существует риск инвестировать в обновление, но не попасть в новую аудиторию и актуальный состав арендаторов. В-третьих, операционное: большинство работ приходится проводить на действующем объекте с уже сформированным пулом арендаторов, трафиком, инженерными ограничениями и конкурентным окружением.

Эксперты сходятся во мнении, что доля устаревающей торговой недвижимости будет расти, в том числе на фоне удорожания строительства и отделки. Но, несмотря на масштаб проблемы, лишь ограниченное число собственников готово к полноценной реконцепции. Ведь, как подчеркивает Евгений Саурин, она зачастую требует временной приостановки работы объекта, на что собственники не готовы из-за потери арендного дохода.

В результате на рынке сохраняется значительное число «морально устаревших» крупных ТЦ, которые продолжают функционировать без глубоких изменений. По словам Саурин, наиболее остро устаревание будет проявляться в Москве — из-за более требовательной аудитории, быстрой смены потребительских паттернов и высокой степени проникновения онлайн-торговли. В регионах ситуация развивается иначе: торговые центры дольше сохраняют функцию классического места для покупок и не требуют столь частого обновления. ■■



ЛОКАЛЬНОСТЬ, ЭКОЛОГИЧНОСТЬ И КАСТОМИЗАЦИЯ: ВИЗИОНЕРСКИЕ ТРЕНДЫ В ДИЗАЙНЕ ОТЕЛЕЙ

ДЖУЛЬЕТТА МАРТИРОСЯН

Число туристов по всему миру возвращается к доковидным значениям. Эксперты Всемирной туристской организации (UN Tourism) прогнозируют, что в 2026 году отрасль будет расти даже более быстрыми темпами, чем в 2025-м. Количественные показатели свидетельствуют: кризис из-за пандемии пройден, но не отражает того, что за последние несколько лет в секторе гостеприимства произошел тектонический сдвиг.



а первый план при выборе отелей вышли нишевость и кастомизация, в моде локальная специфика, популярность набирают новые форматы размещения — с акцентом на велнес, гастрономию или успешные путешествия.

Как эти тенденции влияют на гостиничный бизнес и какие визионерские тренды будут определять дизайн отелей

в горизонте 5–10 лет? Forbes Real Estate собрал прогнозы девелоперов и архитекторов.

■ Что говорят звезды

Что отличает хороший отель от отличного? А отличный от превосходного? Казалось бы, ответ очевиден: об уровне гостиницы можно судить по тому, сколько у нее звезд и, стало быть, чего можно ожидать от ее сервиса, дизайна и инфраструктуры.

Отели 3 звезды предлагают базовый дизайн, 4 звезды — интересные интерьеры и ожидаемо высокий уровень услуг, 5 звезд — безупречное качество и индивидуальный подход. Но классификация по звездам не объясняет, почему номера в одном отеле распроданы на несколько недель вперед, а другой, предлагая те же самые услуги, стоит полупустым.

«Разница между хорошим и высококлассным отелем — в степени продуманности, — объясняет партнер и руководитель бюро FANTALIS Architects **Анна Куликова**. — Хороший отель — это качественная архитектура и сервис. Высококлассный — это когда все работает как единая система: от сценариев пребывания гостя до экономики проекта. Там нет случайных решений».

Меняется и сама логика гостеприимства, отмечает руководитель проектной группы бюро Wowhaus **Татьяна Старченко**: «Вчерашние критерии выбора — звездность, расположение, площадь номера — уступают место более сложным и тонким параметрам: смысловой наполненности пространства, способности отеля считывать невысказанные потребности, оригинальности концепции, которая выходит за рамки дизайн-проекта и превращается в сценарий приключения, которое проживает гость».

■ Открытость среде

Одним из атрибутов премиального отеля раньше была его закрытость: доступ только для постояльцев и узкого круга приглашенных. Но эта модель постепенно уходит в прошлое. В проектах нового поколения граница между гостями и горожанами намеренно стирается. Все больше элитных отелей проектируется с общественными зонами: ресторанами, галереями, пространствами для мероприятий. На этом основана концепция



КОРПОРАТИВНЫЙ САНАТОРИЙ «КОРАБЕЛЬНАЯ РОЩА» В НИЖНЕКАМСКЕ. АРХИТЕКТУРНОЕ БЮРО WOWHAUS

комьюнити-отеля или «городской гостиной» — вокруг него формируется живая среда, которую ценят и местные жители, и гости, приезжающие за аутентичными впечатлениями.

«Общественные пространства, такие как лобби, превращаются из обычных транзитных зон в кафе, коворкинги, бары, они ориентированы на местных не меньше, чем на гостей. Это одновременно и новая философия, и бизнес-модель — отель автоматически становится частью местной культуры и получает стабильный поток лояльной аудитории», — объясняет основатель и CEO Lyvin Properties **Александр Соковых**.

С включенностью в среду связан и другой тренд — на аутентичность и гиперлокальность. Эту тенденцию часто понимают превратно — как использование в декоре народных мотивов. Но речь идет о локальности в более широком смысле. «Отель должен рождаться из места, быть с ним неразрывно связан. Локальные материалы, ремесла, традиционные элементы

ТУАПСИНСКИЙ РАЙОН — НОВАЯ ВЫСОТА НА КАРТЕ КУРОРТНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ РОССИИ

Рынок курортной недвижимости в России меняется. Цены растут, но времена, когда дорожал любой объект у воды, остались в прошлом. Сегодня инвестор выбирает иначе: важна не просто близость к морю, а уровень инфраструктуры, качество управления и возможность войти в проект на ранней стадии.

Юг страны остается главным магнитом для путешественников. В 2025 году по России совершено более 170 млн поездок, популярность черноморских курортов продолжает расти. Государство вкладывает ресурсы в развитие региона, и Туапсинский район оказывается в центре этих изменений.

В 2024 году район принял 2,5 млн гостей. К 2030 году ожидается двукратный рост — до 5 млн. В планах — девять новых набережных, от Шепси до бухты Инал, развитие туристических кластеров и продолжение строительства скоростной трассы Джубга — Сочи. К 2029 году время в пути до аэропорта Сочи сократится до полутора часов, открывая район для еще большего числа путешественников и инвесторов.

«Палаццо Де Агой» — первый на Черноморском побережье гранд-отель международного уровня на первой береговой линии. Без железной дороги, вдали от городской суеты. Управление — за итальянской Domina, которая уже 35 лет задает стандарты гостеприимства в пяти странах мира. Оператор

включился в проект на этапе проектирования, чтобы каждая деталь, от логистики до сервиса, была проработана без ошибок.

Гранд-отель, курорт и спа «Палаццо Де Агой» — больше, чем гостиничные номера у моря. Здесь последовательно формируется комьюнити с экосистемой «город в городе» и программой D Exchange: 45 дней бесплатного проживания в отелях Domina по миру. Для собственника — актив с международным управлением и понятной доходностью. Для региона — якорь, который перераспределяет турпоток и притягивает внимание.

По прогнозам, в 2026 году курортная недвижимость на Черноморском побережье продолжит дорожать — как минимум на 10–15%. Туапсинский район делает ставку на инфраструктуру, которую создают уже сегодня, и проект «Палаццо Де Агой» планомерно развивается в том же ключе. ▲



архитектуры и культуры — все это создает ощущение подлинности. Сегодня успешный отель — это самостоятельная достопримечательность, ради которой выбирают направление», — резюмирует Татьяна Старченко.

Отдых по собственному сценарию

В последние годы премиальный гость стал более осознанным и взыскательным — он не просто выбирает, где остановиться на ночь, а едет за уникальным опытом. Из таких ожиданий рождается один из ключевых трендов — на кастомизацию и нишевость. Сейчас конкуренция за клиентов идет не просто между отелями, а между разными форматами — с акцентом на велнес, гастрономию, slow travel или семейный отдых. Пространство перестает быть нейтральной оболочкой для сервиса и становится активным участником впечатления.

«Проектирование смещается от формального набора функций к созданию цельной среды, где архитектура, интерьер, свет, акустика и логистика работают как единая система. Для управления это означает более тонкую настройку сервиса и персонализацию», — рассказывает сооснователь архитектурного бюро Osetskaya.Salov **Александр Салов**.

Архитекторы и дизайнеры в топовых проектах работают со всем спектром ощущений: светом, акустикой, запахом, температурным режимом разных зон и тем. Имеет значение каждая деталь — например, что гость почувствует, если проведет рукой по барной стойке из камня или столу из массива дерева. Отель проектируется не просто как набор помещений, а как последовательность впечатлений.

«Гость едет не в отель как таковой, а за определенным сценарием отдыха, когда все продумано, собрано и не требует дополнительных усилий с его стороны. Это влияет на проектирование: мы больше работаем с возможностями использования и логикой пространства, а не с декоративностью», — рассказывает Анна Куликова.

Кастомизация отелей — тренд, на который влияют не только запросы гостей, но и экономические показатели. «Продолжает расти въездной туризм. В 2025 году, по данным Минэкономразвития, поток увеличился на 15%, во многом за счет гостей из стран исламского мира. Ожидания и привычки аудитории — факторы, которые нужно закладывать в проект уже на стадии архитектурной концепции: зонирование, организация частных маршрутов, адаптация MEP-решений* под культурные коды — от ориентации пространств до материалов и сценариев освещения», — рассказывает CEO MAD Architects **Мария Николаева**.



ГОСТЕВОЙ ДОМ В ПЕРЕСЛАВЛЕ-ЗАЛЕССКОМ.
АРХИТЕКТУРНОЕ БЮРО OSETSKAYA.SALOV

В будущее возьмут не всех

Скорость распространения трендов увеличивается: то, что еще недавно считалось нишевым, быстро становится базовым ожиданием. Но не все тенденции, которые сегодня влияют на гостиничный бизнес, найдут продолжение в будущем. Одна из самых заметных и самых противоречивых — технологизация. С одной стороны, инновационные решения способны удивлять и открывать новые возможности для персонализации. С другой — технологии дряхлеют быстрее, чем обновляется номерной фонд. Система, которая сегодня считается прогрессивной, через пять лет окажется устаревшей.

«Гость приходит в отель не за демонстрацией цифровых решений, а за комфортом, уединением и высоким качеством сервиса. Если технология выходит на первый план, из инструмента она превращается в барьер. В хорошем отеле технологии не должны быть видны — они работают на бесшовность. Задача для архитектуры — скрыть умные системы, но оставить доступ для сервиса», — отмечает Мария Николаева.

«ИИ-чаты, боты, онлайн-формы — все это работает на минимизацию контакта с живым человеком. В городском отеле подобное можно обосновать экономией и удобством. Но в резорте, куда гость едет за максимальным погружением и энергетикой места, живое общение само по себе является ценностью. Отказываться от него в угоду технологическому тренду — стратегическая ошибка», — соглашается Александр Соковых.

Экономика исключительных впечатлений: прогноз на завтра

Какие тенденции будут определять развитие отельного бизнеса в перспективе 5–10 лет? Архитекторы и девелоперы дают разные прогнозы, но чаще всего выделяют несколько

ЭКСТРИМ-ОТЕЛЬ «АВРОРА». АРХИТЕКТУРНОЕ БЮРО FANTALIS ARCHITECTS



ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ КУРОРТ, С. ПАРАТУНКА, КАМЧАТСКИЙ КРАЙ.
АРХИТЕКТУРНОЕ БЮРО FANTALIS ARCHITECTS





ГОСТЕВОЙ ДОМ В ПЕРЕСЛАВЛЕ-ЗАЛЕССКОМ.
АРХИТЕКТУРНОЕ БЮРО OSETSKAYA.SALOV



LYVIN ULUWATU

направлений — на осознанность, связь с местом, идентичность. «Важно развивать гибкость, устойчивость и персонализацию клиентского опыта. Отели чаще будут выступать как смешанная территория, где сочетаются отдых, работа, культура и комьюнити-функция», — прогнозирует Мария Николаева.

Новые объекты все чаще интегрируют в окружающую среду, и эта тенденция только усилится. По прогнозам экспертов, гостиницы будут становиться частью более крупных систем — курортов, маршрутов, инфраструктуры, где имеет значение не только архитектура или интерьер, но и вся структура пребывания.

В равной степени важно и внутреннее наполнение — чтобы отели отвечали на запросы клиентов, которые меняются во времени. Жизнь становится все быстрее, раздражителей все больше — в ответ растет запрос на уединение и восстановление. Так формируется тренд на спа, фитнес и другие

практики для оздоровления ума и тела, особенно актуальный с учетом того, что население развитых стран стареет. Следующий этап после появления большого количества велнес-отелей — развитие предиктивной медицины и научно обоснованных практик долголетия.

«Ключевыми станут экологическая осознанность без декларативности, глубокая персонализация, велнес как пространственный принцип и еще более точная связь архитектуры с ландшафтом и идентичностью места. Будущее за отелями, которые дают не просто комфорт, а ощущение смысла, покоя и подлинности», — подытоживает Александр Салов. ●■

* Комплексный подход к проектированию, установке и управлению инженерными сетями и технологическими процессами в зданиях. MEP (Mechanical, Electrical, Plumbing) — механические, электрические и сантехнические системы.

НОВЫЙ ПРЕМИУМ-БРЕНД ДЛЯ РОССИИ

Гостиничный оператор Alean Collection запускает премиальный бренд Alean Emerald. Первым проектом коллекции станет Mandarin Garden.

Российский рынок переживает качественную трансформацию: на фоне роста внутреннего туризма усиливаются позиции локальных операторов, формируется спрос на новые стандарты сервиса.

В этих условиях гостиничный оператор [Alean Collection](#) выводит на рынок новый премиальный бренд — [Alean Emerald](#). Новая коллекция предполагает селективный подход к проектам, где ключевыми критериями становятся не только локация и архитектура, но и богатый выбор услуг: рестораны, спа, спортивная и развлекательная инфраструктура, а природа и дизайн сливаются в единую симфонию комфорта и красоты. Каждый объект должен сочетать классический отельный сервис с широким спектром высококлассных услуг.

Первым воплощением этой концепции станет элитный гостиничный комплекс [Mandarin Garden](#) — гармоничное пространство, где концепция отдыха строится вокруг образа жизни и гастрономических впечатлений. Так, шведская линия будет реализована звездным ресторатором Аркадием Новиковым и ресторанным холдингом Family Garden, это первый для компаний опыт такого формата сотрудничества.

Эксперты компании-девелопера Mandarin Garden отмечают, что подобные проекты формируют новый сегмент на рынке: курорт не просто как набор номеров, но и как



полноценная точка притяжения с развитой внутренней инфраструктурой.

Сегодня под управлением Alean Collection более 20 000 номеров находятся в стадии девелопмента в партнерских проектах, более 3000 — в стадии строительства в собственных проектах, 2203 номера — в действующих отелях.

Запуск бренда Alean Emerald отражает общий вектор развития индустрии: от стандартизированных решений к уникальным форматам, способным конкурировать не только внутри страны, но и на международном уровне. ▲▲



STEFANO RICCI. PRESIDENTIAL OFFICE

АРХИТЕКТУРА ЧУВСТВ

ЛЮДМИЛА ЩЕКОЛДИНА

Архитектуру и дизайн принято считать частью визуального опыта. Но их влияние на нас гораздо шире — это еще и сенсорное, и чувственное измерение, где на первый план выходят тактильность, образность и то неуловимое, что мы называем атмосферой.

Именно запрос на мультисенсорное восприятие реальности и стал невысказанным, но главным героем выставки Salone del Mobile 2026 — ключевого барометра тенденций в сфере дизайна. За каждым из трендов, будь то брутализм или мягкий индустриализм, прослеживалось одно и то же стремление: вернуть дизайну утраченную материальность и сенсорную глубину.

Daum: материальная эстетика

Один из заметных трендов этого года — возвращение в повседневность ремесла и ручной работы. Историческое ателье [Daum](#), известное своим художественным стеклом с 1878 года, обратилось к изысканному и почти забытому искусству сервировки. На выставке бренд представил коллекцию [Or d'Abeille](#), напомнив, что хрусталь и художественное стекло не должны восприниматься как законсервированные музейные ценности — пора возвращать их в повседневный сценарий. В этом сценарии стол перестает быть функциональной плоскостью — он становится мизансценой, где материалы и цвета создают новый сенсорный язык. Это прямое попадание в концепцию материальной эстетики: объекты Daum не просто рассматривают, их проживают — через касание, ощущение прохладной фактуры хрусталя и, наконец, той самой атмосферы, которая превращает трапезу в красивый ритуал.



DAUME

■ Baccarat: игра формы

Другим ведущим трендом Salone 2026 стала деконструкция классики. В коллаборации с дизайнером **Бетан Лаурой Вуд** дом **Baccarat** обратился к прошлому, пересобрав созданную в середине XIX века культовую люстру **Zenith** в модульную систему из колец. Выстраивая кольца горизонтально или вертикально, люстру можно полностью видоизменять, придавая ей новые силуэты. Эти метаморфозы распространяются и на восприятие самого хрусталя: материал, который мы привыкли считать хрупким, статичным и требующим дистанции, Baccarat превращает в игровой объект. И здесь возникает то, что французский философ Морис Мерло-Понти называл «перцептивным единством»: зритель уже не просто смотрит на предмет, а считывает его через возможность действия.



■ Stefano Ricci: статус пространства

Бренд представил на выставке современное видение президентского офиса **Stefano Ricci Presidential Office**. Наполняющие его пространство предметы, с одной стороны, транслируют характерные для стиля ар-деко статус и ощущение дистанции — то, что и ожидаешь увидеть в подобном месте, с другой — они максимально осязаемые. Черная калифорнийская древесина письменного стола, хрустальная столешница, кожаная обивка кресел — натуральные фактуры смягчают традиционную офисную отстраненность и буквально требуют прикосновения. Помимо тактильного, у президентского офиса есть и обонятельное измерение. Сигарно-барный сейф с хьюмидором на 200 сигар и электрическим гигрометром — больше, чем просто система хранения. Это своего рода генератор той самой «особой» атмосферы места. Запах сигарного листа, дерева и кожи формирует периферийный, почти архетипический образ мужского кабинета.

■ Fornasetti: сюрреализм античности

Миланское ателье **Fornasetti** обратилось к античной форме, но наполнило ее сюрреалистическим содержанием. Бренд представил фарфоровые вазы, поверхность которых покрыта фантастическими образами: совы с настороженно-любопытными глазами, переплетающиеся осьминоги, змеи как символ трансформации. То есть в интерпретации Fornasetti дизайн будущего имеет под собой прочный классический фундамент. Взгляд скользит по знакомому силуэту амфоры или гладкой цилиндрической форме, но сталкивается с чужеродными сюрреалистическими образами. Этот разрыв между ожидаемым и реальным и создает то самое глубокое эмоциональное переживание. Современный дизайн не отказывается от прошлого — он вступает с ним в диалог, переворачивает и собирает заново.



■ Venini: слои света

Venini поддержал тренд черпать идеи в природных объектах, но перевел его на язык стекла и света. Ограниченная серия светильников **Cactus**, представленная брендом на выставке, соединила традиции Мурано и современную скульптуру: вдохновленная колючим суккулентом абстрактная форма объектов одновременно демонстрирует легкость и объем. А прямым ответом на основной запрос выставки — мультисенсорность восприятия — стала иммерсивная инсталляция «Слои света». Бренд исследует через нее возможности многоуровневого освещения и наглядно демонстрирует: свет — не просто жизненно важная необходимость, это инструмент, который формирует эстетику пространства.



ДИАЛОГИ С ТРАДИЦИЕЙ

ЛЮДМИЛА ЩЕКОЛДИНА

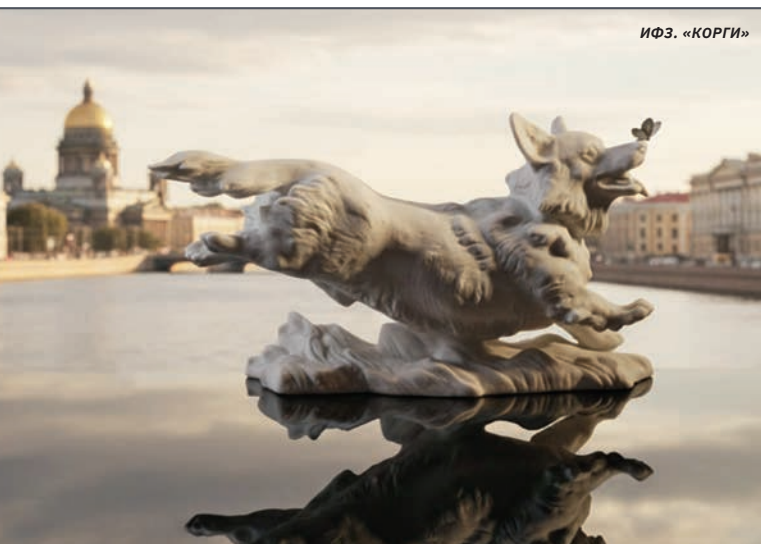
Дизайн все чаще обращается к истории, придавая ей новые смыслы и вписывая в современные пространства. Эта линия прослеживалась и на Миланской выставке Salone del Mobile 2026: соединяя прошлое с современными технологиями и материалами, художники буквально переизобретали знакомые формы и мотивы, наделяя их новой функциональностью, но сохраняя эмоциональность и глубину.

■ Molteni&C: мягкая архитектура

Выставка окончательно закрепила отказ от жесткой геометрии в пользу обволакивающих силуэтов. Но дизайнеры не ставят крест на монолитности форм и уверенных архитектурных конструкциях. Модульная система сидений [Julian](#), которую представил итальянский бренд [Molteni&C](#), одновременно сочетает внушительный объем и транслирует ощущение домашнего уюта. Эта парадоксальная комбинация отражает суть одного из главных трендов Salone del Mobile 2026 — «мягкий брутализм»: монументальность не исключает гибкости композиции, а строгость линий — продуманного наполнения, которое буквально обволакивает, принимает в объятия и приглашает остаться. Это тот случай, когда брутализм не выставляет дистанцию, а служит защитой. А ощущение защищенности в собственном пространстве, по словам дизайнера модуля [Винсента Ван Дюйсена](#), — «важнейший аспект», в котором нуждаются даже самые сильные из нас.



ИФЗ. «КОРГИ»



■ ИФЗ: коллекционный дизайн

Раздел Salone Raritas, посвященный коллекционному дизайну, стал одним из заметных событий Salone del Mobile 2026 и своего рода манифестацией тренда [«Новая ностальгия»](#): ценность предмета не должна определяться только стоимостью или новизной. Его уникальность также складывается из истории, мастерства исполнения, способности наполнять пространство живыми эмоциями.

Прямое отражение этого тренда — новая серия [Императорского фарфорового завода](#), которая напоминает о забытой традиции коллекционировать анималистические фигурки. Миниатюрные скульптуры собак, от басенджи и корги до шиб-ину и мальтипу, выполнены вручную из белоснежного бисквитного фарфора с серебряными деталями. Эклектика современных пород, нестандартный авторский взгляд и классическая техника исполнения и позволяют говорить о «новой ностальгии»: именно такие предметы собирают, хранят и передают по наследству.

Тogas: взгляд сквозь столетия

Тему переосмысления классической традиции продолжает еще один заметный тренд — ретрофутуризм, представленный в самых разных сегментах, от мебели до домашнего текстиля. Флагманская коллекция [«Дельфия»](#), созданная в год столетнего юбилея бренда [Togas](#), — художественное переосмысление эллинской культуры через материалы и технологии XXI века: где-то — почти буквальное, где-то — едва уловимое. Стилизованные под античность орнаменты коллекции выполнены в технике визуальной ретроспективы: серебристо-дымчатые контуры делают их будто слегка размытыми и отдаленными. Менее очевидно связь с прошлым проявлена в способе обработки ткани: постельное белье — центральная часть коллекции — выполнено из инновационного материала SENSOTEX®, но в его основе натуральные эвкалиптовые волокна. Для придания мягкости ткань обрабатывали раствором «Кефалис» на основе экстракта водорослей Ионического моря. В этом и есть принцип глобальных трендов: они никогда не ограничиваются имитацией внешней формы, опираясь на надежный фундамент, в данном случае — античный.



ТОGAS. «ДЕЛЬФИЯ»

ПУФ «ФЛЕКС ШЕНИЛЛ»



Divan.ru: пространство трансформации

За трендом, обозначенным как «цифровая органика», стоит совершенно новая эстетика, которая возникла на стыке алгоритмов, поп-культуры и ручной доработки. Образ жизни подрастающего цифрового поколения предполагает постоянную адаптацию пространства. Почти буквальный ответ на такой запрос — серия подростковой мебели [«ИЗИ»](#) от [Divan.ru](#). Кресло-трансформер [«Рофл»](#) с низкой посадкой, пуф [«Флекс»](#), который можно превратить в полноценное спальное место, кровать [«Бэсти»](#) с отстегивающимся подголовником, настольная лампа, формирующая правильный свет: эта эклектичная, почти сгенерированная среда будто встраивается в жизнь современного подростка. И главное, не требует от него встречной подстройки.

Grether & Wells Exclusive: скульптура тишины

Одно из самых заметных высказываний миланской выставки Salone 2026 — смещение фокуса с формы и функции на осязаемость и трансформацию материала. Коллекция [Grether & Wells Exclusive Aura](#) строится именно вокруг этой логики: кресло, банкетка и столик задуманы как объекты, где на первый план выходят располагающие плавные формы и тактильность.

В декоративном столике округлая скульптурность усилена сочетанием шпона ореха с акриловым камнем [Staron Supreme](#) — за счет диалога фактур, у которых, казалось бы, не было шансов встретиться в одном предмете, он становится живым и почти эмоциональным. Та же округлая форма кресла с декоративной подушкой для комфортной посадки создает ощущение приватности, будто очерчивая вокруг личное пространство. Плавность линий снимает напряжение, замкнутость силуэта дает чувство защищенности, а эмоции возникают раньше, чем успеваешь их осознать. ●●

GRETHER & WELLS EXCLUSIVE AURA





О БУДУЩЕМ

РЕГИНА САХИПГАРАЕВА, ПОБЕДИТЕЛЬ DIGITAL ART. «ВНУТРЕННИЙ МИР»

«ГАЛС-ДЕВЕЛОПМЕНТ» ПРИ ПОДДЕРЖКЕ ГАЛЕРЕИ REPORTAGE

■ «Единственный способ предсказать будущее — это спроектировать его»
Бьярке Ингельс

■ «Очень важно, чтобы исторические города имели возможность перепродумывать свое будущее»
Заха Хадид

■ «Как архитектор вы проектируете для настоящего, но с осознанием прошлого и для будущего, которое, по сути, неизвестно»
Норман Фостер

■ «Развитие компьютерных технологий, в том числе нейросетей, позволит упростить рутинные процессы. За человеком останется одна из основных задач — формирование будущего идеала»
Тимур Башкаев

■ «Материалы градостроительства: небо, космос, деревья, сталь и цемент; в этом порядке и в этой иерархии»
Ле Корбюзье

■ «Забудьте об этих проклятых автомобилях — стройте города для любимых и друзей»
Льюис Мамфорд

■ «Автомобиль — самая большая катастрофа за всю историю городской архитектуры»
Филип Джонсон

■ «Каждое здание должно рассказывать историю о том, где мы находимся и куда мы идем»
Томас Хезервик

■ «В будущем наш образ жизни, как и у животных, будет определять необходимость в таком жилище, в котором будет удобно созерцать, размышлять, зимовать, спать, производить потомство»
Ли Эделькорт

■ «Будущее — в настоящем, но будущее — и в прошлом. Это мы создаем его. Если оно плохо, в этом наша вина»
Анатолий Франс



КВАРТИРЫ С ПРЕМИАЛЬНОЙ ОТДЕЛКОЙ

ДОМ С ДА Н
КЛУБНЫЙ ДОМ КЛАССА ДЕЛЮКС
В ИСТОРИЧЕСКОМ ЦЕНТРЕ МОСКВЫ

КЛУБНЫЙ ДОМ
TURGENEV



- ПРОЕКТ ИМЕНИТЫХ АРХИТЕКТУРНЫХ БЮРО ЕВРОПЫ
- ИНФРАСТРУКТУРА ПЯТИЗВЕЗДОЧНОГО ОТЕЛЯ
- ПЕНТХАУСЫ С ДРОВАНЫМ КАМИНОМ И ТЕРРАСОЙ
- ПРИВАТНЫЙ ДВОР-САД
- ФИТНЕС, БАССЕЙН И СПА



Посетите сайт проекта

Москва, Костянский пер., д. 13

+7 (495) 292-56-77

turgenev-dom.ru



ООО «Меркури Мода», 143082, Московская обл., г. Одинцово, д. Барвиха, д. 114, стр. 2, этаж 1, пом. 100. ОГРН 1145032002390. Хоум. Реклама

ЦУМ, Москва, ул. Петровка, 2, тел. 495 933 7300, **TSUM.RU**
«Барвиха Luxury Village», 8-й км Рублево-Успенского ш., тел. 495 225 8882
ул. Никольская, 19/1, тел. 495 933 3374
отель «Рэдиссон Славянская», пл. Евразии, 2, тел. 495 941 8745

ДЛТ, Санкт-Петербург,
ул. Б. Конюшенная, 21-23а, тел. 812 648 0848

STEFANO RICCI
HOME