

МАРИНА РЕЗОВА:

«НАШИ ПРОЕКТЫ МЕНЯЮТ КАЧЕСТВО ЖИЗНИ»



Жилой комплекс ART

МОСКОВСКИЙ РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ ЗА НЕДОЛГУЮ 25-ЛЕТНЮЮ ИСТОРИЮ УСПЕЛ ПЕРЕЖИТЬ САМЫЕ РАЗНЫЕ ВРЕМЕНА. ОСТАЛСЯ В ПРОШЛОМ АЖИОТАЖ, КОГДА НЕДВИЖИМОСТЬ РАСХВАТЫВАЛАСЬ КАК ГОРЯЧИЕ ПИРОЖКИ, БЫВАЛИ И ПАДЕНИЯ ЦЕН НА 50%, СЛУЧАЛИСЬ И БАНКРОТСТВА КРУПНЫХ ДЕВЕЛОПЕРОВ. ИЗ ТЕХ, КТО ФОРМИРОВАЛ СТОЛИЧНЫЙ РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ, ОСТАЛИСЬ НЕМНОГИЕ. КОНЦЕРН «КРОСТ» — ОДНА ИЗ ТАКИХ КОМПАНИЙ.

Какие качества необходимы девелоперу, чтобы оставаться на протяжении десятилетий активным игроком и создавать востребованные проекты? Об этом ДН спросил заместителя генерального директора концерна «Крост» Марину Резову.

Марина, начнем с простого примера: сегодня понятием «двор без машин» пользуются буквально все девелоперы. А ведь начало этому движению положила именно ваша компания.

Наша компания создала ряд популярных трендов на рынке недвижимости. В свое время концерн «Крост» разрабатывал и использовал на практике в своих комплексах новые стандарты жилья, которые тогда отсутствовали в Москве, да и в России. Теперь словосочетание «двор без машин» стало заезженным. Но это не просто слова, а неотъемлемая часть проекта, кардинально влияющая на комфорт обитателей.

Что дает двор без машин? В первую очередь безопасность. Дети играют во дворе самостоятельно. Я наблюдаю, как люди старше 50 лет спокойно прогуливаются по внутренним скверам, кто-то бежит по беговым дорожкам, вечерами люди выходят во двор пообщаться. У них появляются настоящие комьюнити, свои спортивные команды. Формируется совершенно иное отношение к своему двору — им гордятся. Так, у жителей нашего комплекса ART в Павшино есть свой хештег в «Инстаграме». Двор без машин не какой-то пиар-ход или отсутствие парковки во дворе — он влияет на мироощущение людей, качество жизни.

Вы романтики?

Мы идеалисты (*смеется*). Но от идеализации мы переходим к конкретным и продуманным решениям. Двор без машин был только первым шагом к пониманию того, какими должны быть жилые комплексы. Таких элементов много: цветные фасады, красивые входные группы, парки во дворе, определенный набор инфраструктуры и т.д. Мы создаем полноценную городскую среду в отдельно взятом дворе. У людей появляется больше времени на общение с семьей. Для совместной прогулки на свежем воздухе им не нужно ехать в парк Горького или Сокольники, а это сэкономленные в пробках часы.

Помимо внешних красот хотелось бы и где-нибудь перекусить, покататься на велосипеде, скейте.



Марина РЕЗОВА,
директор департамента недвижимости, заместитель генерального директора концерна «Крост»

Марина Резова стояла у истоков риелторского управления концерна «Крост». На сегодняшний день департамент недвижимости представляет собой интеллектуальный офис и является лицом концерна «Крост». Его ключевая задача — девелопмент, который предполагает создание продукта и его реализацию на рынке недвижимости. Особое внимание уделяется продвижению проекта — от идеологии бренда до рекламной маркетинговой стратегии. Марина участвует в разработке концепции новых объектов жилой и коммерческой недвижимости и является экспертом и участником многочисленных конференций по недвижимости. Победительница XIV столичного конкурса «Женщина — директор года — 2013».

В наших жилых комплексах мы развиваем парковую культуру, поэтому территория двора занимает до 85% площади застройки. Это делается как раз для того, чтобы обеспечить максимальный набор инфраструктуры. Давайте перечислим, какая инфраструктура необходима. Допустим, девелопер думает, что нужна велосипедная дорожка, а жители считают по-другому. Что мы делаем? Как правило, проводим опрос среди наших покупателей и будущих жителей и приходим к списку «полезностей», которые определяет не девелопер, а наши клиенты.

Скажем, востребованы площадки для летних видов спорта: тенниса, воркаута, универсальные спортивные площадки для футбола, волейбола. Мы придумываем самонастраивающуюся систему, которая позволяет использовать теннисные корты в качестве футбольных или волейбольных площадок. Так что необязательно ехать в Сокольники, чтобы получить тот же набор услуг.

Коммерческие помещения сдаются под определенный набор услуг — в комплексах работают кафе, салоны красоты и т.д. Услуга сама приходит к покупателям в дом. Если гуляющие дети проголодались, они могут пойти купить пищу.

Многие наши сотрудники живут в наших же домах, я сама — один из первых жителей комплексов «Кроста». И я постоянно общаюсь с соседями, друзьями, знакомыми и получаю от них объективную информацию. За эти годы вторичные продажи в наших объектах минимальны — менее 5%. Это говорит о том, что



Парк на крыше паркинга. Жилой дом «Легенда №18»

Концерн «Крост» не сконцентрирован лишь на извлечении максимальной прибыли с минимальными вложениями. Мы делаем намного больше — мы стараемся менять облик города.

люди не хотят уезжать из наших комплексов. Они готовы улучшать, если позволяют финансы, метраж своих квартир, но предпочитают оставаться жить в тех же объектах. Это очень важно, и мы делаем все, чтобы поддержать эту тенденцию.

Однако помимо внутриворотовых нововведений есть и сами квартиры, и общие холлы, и много чего еще.

Конечно. Мы первыми отказались от больших лестниц к входной группе. Они неудобны: есть мамы с колясками, пожилые люди — им сложно преодолевать длинные пролеты. И мы убрали все лестницы. Для удобства и безопасности должна быть одна ступенька — не больше.

Мы спроектировали сквозные входные группы. Это значит, что человек заходит к себе домой и с главной улицы, и со двора. Такое функциональное решение очень быстро стало использоваться на рынке.

Во всех входных группах мы делаем теплые полы — это недорого, но не будет грязных и мокрых полов, никто не поскользнется. Таких вроде бы мелочей много, но из них складывается продукт. Большинство этих стандартов было разработано нами еще 10–15 лет назад, сегодня они подхвачены рынком, что подтверждает жизнеспособность наших решений.

Еще один пример — цветные фасады, которые компания начала применять восемь

Мы создаем полноценную городскую среду в отдельно взятом дворе. У людей появляется больше времени на общение с семьей. Для совместной прогулки им не нужно ехать в парк Горького или Сокольники



Парк Версаль. XXI век на территории ЖК «Юнион парк»

лет назад. У нас получилось доказать всем, что современный дом не должен быть безликим, белым или серым. Сейчас практически все домостроительные комбинаты тоже хотят придумывать новые колористические паспорта в панельном домостроении.

Концерн «Крост» не сконцентрирован лишь на извлечении максимальной прибыли с минимальными вложениями. Мы делаем намного больше — мы стараемся менять облик города.

Соглашусь, фасады ваших жилых комплексов действительно привлекают внимание, заставляют остановиться и рассмотреть их.

Мы постоянно ищем оптимальное решение, у нас нет ни одного повторения за 20 лет. Каждый новый проект — новое слово в архитектуре. Компания привлекает молодых архитекторов, в результате кто-то становится известным, как Ольга Алексакова — с ней мы делали дома со сборными панелями на фасаде «Юнион парка». В объектах мы использовали и пиксельный фасад, и архитектурный бетон. Мы благодарны правительству Москвы, которое



поверило в нас и позволило пойти на эксперименты. Наша компания брала на себя ответственность и понимала, что либо выиграет — и тогда выиграет облик всей Москвы, либо проиграет — и тогда это будет наш провал.

Мы пошли дальше и в развитии панельного домостроения, поскольку «Крост» обладает собственными производствами строительных и отделочных материалов. Кстати, сегодня мощнее многих пешеходных улиц в Москве (включая работы по реконструкции на Триумфальной площади и другие) ведется продукция фабрики «Готика» нашего концерна. Более 70% продукции комбината реализуют на внешнем рынке. За этим стоят труд и идеология владельца, который прекрасно понимал, что требуется обладать промышленным ресурсом, иначе ты зависишь. Не каждый девелопер себе это позволит.

Марина, но ведь подобные «мелочи» значительно увеличивают себестоимость проекта, а затраты перекладываются на покупателя.

Не совсем верное утверждение. На благоустройство территории, если выполнить его на «хорошо», уходит в среднем порядка 5% сметной стоимости. А мы делаем на «отлично», на уровне «Мерседеса», и тратим на это 8–10%. В итоге все выделяют наши объекты, а в некоторых случаях сравнивают с объектами искусства.

У нас есть в Красногорске комплекс ART. По уровню реализации я его считаю «Формулой-1» на рынке архитектурных градостроительных объектов. Там мы воплотили почти невозможное. Мы хотели освободить от застройки территорию, чтобы отдать ее людям. И нам пришлось уходить вверх, строить 45-этажные небоскребы.

Вроде бы освободили территорию. Но дальше возник вопрос: где люди будут парковаться. Поскольку это Подмосковье, подземный паркинг сильно увеличивает себестоимость строительства.

Однако мы все же сделали в центре комплекса паркинг, но об этом нельзя догадаться. Потому что мы его превратили в парк. И у нас получился многоуровневый террасный парк на кровле, где разместился каток 36×18 м, целый парковый ансамбль, беговые дорожки. Нас поразило, что, когда проект был реализован, стоимость квадратного метра квартир, окна которых выходят во двор, стала больше, чем стоимость квартир, окна которых выходят на Москву-реку.

Теперь мы решили реализовать эти идеи и в уже даже давно построенных нами жилых комплексах, чтобы качественно улучшить их. Это и есть наше очередное новшество, которое в свое время тоже станет тенденцией всего рынка недвижимости, — двор превращается в полезный парк. (АН)

Еще один пример — цветные фасады, которые компания начала применять восемь лет назад. У нас получилось доказать всем, что современный дом не должен быть безликим, белым или серым