

КОГДА ВОЗРАСТ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ



ПРИБРЕТАЯ ЖИЛЬЕ В ПОСЕЛКАХ ЗА ПРЕДЕЛАМИ МКАД, ПОКУПАТЕЛИ ВЫНУЖДЕНЫ ПОЛАГАТЬСЯ НА ЧЕСТНОЕ СЛОВО ЗАСТРОЙЩИКА. ОБЕЩАЯ РАЗЛИЧНЫЕ ОБЪЕКТЫ ШАГОВОЙ ДОСТУПНОСТИ, КОМПАНИИ ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЙ СПИСОК БЛАГ ВПОСЛЕДСТВИИ ЗАЧАСТУЮ СОКРАЩАЮТ. ЭТО ПОВЫШАЕТ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ТЕХ ПРОЕКТОВ НА ЛОНЕ ПРИРОДЫ, ГДЕ РЕСТОРАНЫ И ДЕТСКИЕ САДЫ БЛАГОПОЛУЧНО РАБОТАЮТ УЖЕ МНОГИЕ ГОДЫ, А НОВОЕ ЖИЛЬЕ ВСЕ ЕЩЕ СТРОИТСЯ И ПРОДАЕТСЯ.

Самые большие проблемы обычно возникают с детьми: ждали клубный садик — получили всего лишь игровую комнату. В результате приходится устраивать на форуме переключку среди соседей, чтобы по очереди возить детей в ближайшее дошкольное учреждение. Кто-то изучает спрос и сам пытается открыть школу Монтессори. А кто-то и бежит из своего лесного таунхауса от свалившихся проблем обратно в большой город. Так и не открытые ресторан или салон красоты на этом фоне — не самые большие сюрпризы.

Как застраховаться от подобного сценария? Очевидно, чем масштабнее проект и разнообразнее в нем жилье, тем больше шансов, что инфраструктура на его территории будет

окупаться и потому появится в максимально широком ассортименте. Но даже в относительно масштабных проектах покупателям первой очереди застройки до полного расцвета инфраструктуры еще жить и жить. Критическая масса потребителей для запуска некоторых бизнесов в сфере услуг собирается годами. Сначала не все построено, затем не все распродано, а потом выясняется, что недостаточное число собственников живет в поселке постоянно.

Не действует инфраструктура — нет площадки для повседневного общения и возникновения в жилом комплексе полноценного комьюнити. А ведь именно активная социальная жизнь (с товарищескими матчами, детскими показами мод

и масленичными гуляньями) делает проект живым, притягивает новых покупателей методом сарафанного радио и существенно повышает процент тех, кто обитает в поселке круглогодично, стимулируя открытие новых предприятий в сфере услуг.

Жилой комплекс «Дубровка» на Калужском шоссе — это, пожалуй, самый яркий пример безупречной работы с аудиторией. Это редкий поселок с давней историей, где периодически предлагается новое жилье. В июне ему исполняется уже 13 лет, но он продолжает развиваться, прирастая новыми малоэтажными кварталами и прогулочными зонами. Такая стратегия позволила застройщику поступательно вводить в строй и поддерживать для жильцов

самые разнообразные объекты инфраструктуры.

В «Дубровке» действует несколько ресторанов, галерея бутиков, сетевой супермаркет, службы быта, открывается уже второй клубный детский сад, есть несколько детских клубов с различными секциями и кружками. Сейчас, когда в ЖК сложилось многочисленное (более 700 семей) и ориентированное на здоровый образ жизни сообщество, стало возможным открыть собственный спортивно-деловой центр «Дубровка Плаза». Три его этажа займет крупнейший в Новой Москве фитнес-клуб с двумя бассейнами и медицинский центр, а еще на пяти уровнях разместятся офисные площади класса А по рекордно низкой для столицы цене.

В поселке есть и формально не обязательный, но весьма эмоционально значимый для всех объект — зоопарк на территории 1,5 га. Здесь уже обитают около 20 животных — всеобщих любимцев. Его обустройство изначально не планировалось — он возник спонтанно с подачи самих жителей и неожиданно стал объединяющим социальным фактором.

Традиционный День «Дубровки» в канун юбилея проекта пройдет не для галочки и будет отмечаться всем поселком. Подобных семейных мероприятий, ставших традиционными, в течение года проводится множество. В каждом обычно участвуют не менее половины собственников ЖК, что говорит о высокой личной вовлеченности людей в жизнь проекта. Многие покупатели таунхаусов первой-второй очереди уже по несколько раз меняли жилье для расширения площади, но переезды всегда были только в пределах «Дубровки»: людям не хочется расставаться с привычными удобствами и атмосферой.

Заявив о себе как о загородном комплексе таунхаусов, проект за эти годы стал мультиформатным и был включен в административную территорию Новой Москвы. Находится он в географически выгодной



В июне поселку «Дубровка» исполняется 13 лет, но он продолжает прирастать новыми малоэтажными кварталами и прогулочными зонами. Такая стратегия позволила застройщику поддерживать для жильцов разнообразные объекты инфраструктуры



точке новых территорий — всего в 5 км от МКАД.

Со временем застройщик дальновидно предложил аудитории альтернативные форматы проживания: сначала коттеджи, а теперь и квартиры бизнес-класса в семи-восьмиэтажных монолитных домах. Стиль жизни в них загородный, камерный, при этом их стоимость гораздо ниже сопоставимого по классу городского жилья. По Калужскому направлению сопоставимых вариантов пока нет (а если учитывать инфраструктуру, то нет конкурентов в Новой Москве в целом). В домах высокие потолки, уникальная отделка входных групп мрамором, вентилируемые фасады из итальянского керамогранита, эксплуатируемая кровля. В некоторых квартирах — панорамное остекление, террасы и зимние сады.

Уже были случаи, когда старожилы «Дубровки» приобретали квартиры для своих пожилых

родителей или выросших здесь же детей. Территория проекта достаточно большая (54 га), застройка разреженная, поэтому «подтягивание» сюда родственников, друзей и коллег самими жителями — распространенная история. Это позволяет жить рядом и общаться, не уставая от такой близости.

Формат «квартира в лесу» стал очень популярен у застройщиков в последние годы. Он позволяет привлечь аудиторию с относительно небольшим бюджетом, которая готова уехать из перенаселенного района города ради экологии и резкого повышения класса жилья. Однако покупатели вынуждены рисковать: без инфраструктуры переезд на природу способен обернуться общей потерей качества жизни. «Дубровка» — редкий пример квартир в зеленой зоне, где сервисы и объекты досуга представлены с избытком, гарантированно работают и уже имеют преданную аудиторию. ○