



ПРЕМИАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ МОСКОВСКИХ УЛИЦ

АВТОР:

Ольга Платицына



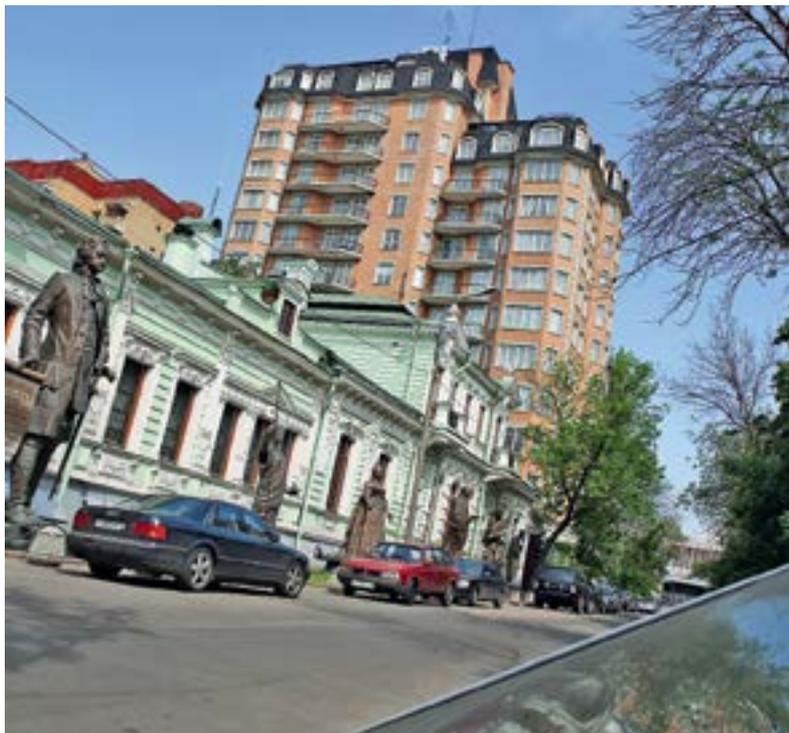
В ЧЕМ ОТЛИЧИЕ ЭЛИТНЫХ РАЙОНОВ В ЕВРОПЕЙСКИХ СТОЛИЦАХ ОТ ПРЕСТИЖНЫХ КВАРТАЛОВ МОСКВЫ? В ТОМ, ЧТО РЕПУТАЦИЯ РАЙОНОВ, В КОТОРЫХ ЖИЛИ ПРЕДСТАВИТЕЛИ АРИСТОКРАТИИ И ДЕРЖАТЕЛИ КАПИТАЛА, СКЛАДЫВАЛАСЬ ТАМ 100–200 ЛЕТ. В НОВЕЙШЕЕ ВРЕМЯ НА ИМУЩЕСТВЕННЫЕ ПРАВА ЭЛИТЫ В ПАРИЖЕ И ЛОНДОНЕ НИКТО НЕ ПОСЯГАЛ, А ЖИЛЬЕ В КОММУНАЛКИ НЕ ПЕРЕДЕЛЫВАЛОСЬ. У НАС ЖЕ ПОНЯТИЕ ПРИВИЛЕГИРОВАННОГО КЛАССА ЗА ПОСЛЕДНИЕ 100 ЛЕТ МЕНЯЛОСЬ СЛИШКОМ ЧАСТО.

Приход каждого нового гегемона сопровождался перекраиванием городской среды и выделением новых кластеров, где представители обновленной элиты стремились жить в кругу себе подобных. Например, еще 30 лет назад Остоженка была далеко не самой привлекательной частью столичного центра. В нынешнем веке она превратилась в настоящий люксовый бренд с соответствующим ценником. Этот феномен у многих москвичей до сих пор вызывает недоумение. Почему именно бывшая ул. Метростроевская самая дорогая? По какому принципу невидимая рука рынка раздает эти звания? Или специалисты искусственно формируют стремление аудитории жить в том либо ином районе?

До сих пор встречаются горожане, которые, случайно забредая в ресторан «Ваниль» после экскурсии в храм Христа Спасителя, возмущаются стоимостью чашки кофе: «За что?» То же и с недвижимостью. Рядовому горожанину, у которого нет пары миллионов в валюте, скучный квартал вдоль Пречистенской набережной далеко не кажется пределом мечтаний. В ЦАО есть районы более просторные, более зеленые, более своеобразные с точки зрения архитектуры и городской атмосферы. Например, экспаты, взгляд которых не замутнен местной групповой солидарностью и потому более-менее объективен, предпочтут скорее Чистые пруды, а между тем этот район замыкает список фаворитов элитного рынка. Очевидно, преимущества недвижимости на Остоженке, как и любого товара категории luxury, находятся за рамками обыденной практичности.

Может быть, эта улица стала атрибутом успеха в силу традиции? Исторически «староэлитным» районом была соседняя

«Из окна пентхауса за \$10 млн вы не увидите шокирующих приветов из прошлого: прогнивших крыш и сеток с продуктами, висящих за окном дома напротив»



ЖК «Агаларов-Хаус» и 20 лет спустя сохранил свой высокий статус: квартиры крайне редко выставляются на продажу. Но окружающие дом кварталы Пресни так и не стали элитными

Пречистенка. Здесь сохранилось множество дворянских усадеб и витает соответствующий дух. Но и она — лишь третья в рейтинге районов премиум-класса. Аура более поздней советской элитарности гораздо плотнее в арбатских переулках — это район-мечта для интеллигентной публики, к тому же богатый на многочисленные «цековские» дома. Тем не менее переулки Старого Арбата находятся в рейтингах на ступеньку ниже Пречистенки. Остоженка во всех этих околотуристических смыслах гораздо менее интересна, но для многих состоятельных россиян желаннее адреса нет.

Допустим, аура элитности сформировалась случайным образом вокруг шикарных домов-пионеров, которые строили для себя первые представители новой деловой элиты России? История опровергает и это предположение. В 1995—1996 годах журналисты воспевали как восьмое чудо дом на ул. Климашкина, который возвел бизнесмен Арас Агаларов, ориентируясь

на собственные потребности и финансовые возможности. Жилой комплекс «Агаларов-Хаус» и 20 лет спустя сохранил свой высокий статус: квартиры крайне редко выставляются на продажу, а семья основателя до сих пор владеет здесь пентхаусом. Но окружающие дом кварталы Пресни так и не стали элитными.

Другие примеры такого рода: ЖК «Торис Хаус» в 1-м Спасоналивковском пер. и комплекс «Палаццо на Цветном» на одноименном бульваре. Это действительно знаковые для своего времени проекты, но они не сделали фетишем окружающие их районы в целом.

«Все первые элитные дома строились точно. Масштабный процесс преобразования целого района в место концентрированного проживания деловой элиты впервые начался именно в районе Остоженки, — вспоминает известный эксперт рынка элитной недвижимости Ирина Егорова, работающая с этой аудиторией еще с середины 1990-х. — На Пречистенке множество исторических зданий. В переулках Арбата возведено очень много домов премиум-класса, но там царит эклектика, тесновато и слишком неравномерный социальный замес. И только на Остоженке совпало два фактора: близость к Кремлю и возможность отдать под снос большие объемы старой застройки (промзону ткацкой фабрики, бараки, некоторые доходные дома). Так образовалось главное преимущество Остоженки — ровное окружение. Условно говоря, из окна пентхауса за \$10 млн вы не увидите шокирующих приветов из прошлого: прогнивших крыш и сеток с продуктами, висящих за окном дома напротив».

Не исключено, что если бы власти в свое время дали разрешение на объемный снос в другом месте исторической части Москвы, сейчас центр престижа располагался бы чуть восточнее или южнее. Борис Кузнец — в те годы владелец компании Rose Group, которая построила две трети лучших проектов Остоженки, — собирался создать еще более эксклюзивный анклав в районе Сретенки. Планам «угодника олигархических покупателей» (так тогда называли основателя Rose Group в деловой прессе) помешал кризис 2008 года и прочие обстоятельства. Но наличие гипотетической альтернативы свидетельствует, что элемент случайности во взлете Остоженки все-таки был.

Бутиковский, Молочный, Зачатьевские переулки — по итогам 15 лет развития района все эти адреса легендарны. В начале пути невиданный до того уровень комфорта потрясал

ЗДЕСЬ
ПАРКУЕТСЯ
ЭЛИТА

28
27
26



О С Т О Ж Е Н К А 11

ПОСЛЕДНИЙ ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДОМ

• (495) 647-03-40 •
www.os11.ru



«Все первые элитные дома строились точно. Масштабный процесс преобразования целого района в место концентрированного проживания деловой элиты впервые начался именно в районе Остоженки»

воображение: минимальное количество квартир, комнаты для хранения шуб, сигарные и другая экзотическая по тем временам внутренняя инфраструктура. Никогда и нигде элитное жилье у нас не строилось так плотно и одновременно, так прогрессивно с точки зрения планировок, качества и технологий. Здесь впервые появились вентилируемые фасады. Специалисты съезжались смотреть на венецианскую штукатурку — это сейчас она приелась, а тогда была изыском.

Как известно, алмаз не самый редкий минерал в природе, и культ бриллиантов был искусственно создан компанией De Beers. Если провести аналогию, то необходимы специальные мероприятия, чтобы городской район стал сверхценным. По мнению Ирины Егоровой, грамотное раскручивание сыграло огромную роль в построении бренда «Остоженка». «Она была раскручена совместными усилиями девелоперов, риелторов и журналистов. Этим занимались пять компаний-продавцов, сильных консультантов, стратегия продаж во многом строилась на различных маркетинговых фенечках. Были стройки, где каждое утро пылесосили цемент, и покупатели ходили по ним в своих крокодиловых туфлях — небывалая по тем временам культура обслуживания. Деловые СМИ с удовольствием во все это играли, описывали детали быта олигархов, кто-то запустил в оборот термин «Золотая миля». В итоге за два-три года Остоженка оказалась у всех на устах — по ней

меряли рекорды рынка. По сути это рукотворная легенда».

Представители сферы люкс порой не знали меры в формировании высоких стандартов. Ожидая девушку напротив ресторана в 1-м Обыденском переулке, один мой знакомый однажды услышал по громкой связи требование отойти от ограды клубного ЖК. Казалось бы, на каком легальном основании? Ничего подобного нельзя представить в других районах Москвы, близких по статусу: на Арбате, Патриарших или в Замоскворечье. Там социальная неоднородность — это норма. Охрана считает гуляющих за забором аборигенов и гостей столицы естественной частью пейзажа. Остоженку к прогулочным зонам никак не отнесешь, и это тоже большой плюс, по мнению ее потенциальной аудитории.

Есть такая наука — городская социология. Она утверждает, что именно высокая концентрация держателей капитала (не обязательно финансового — например, социального), а также символов их превосходства и наделяет район сверхценностью. Проще говоря, девелоперу надо привлечь критическую массу аудитории, а вот чем именно — вопрос обстоятельств, социальных трендов и самочувствия общества. Когда-то в состав элиты входили ученые, а «сталинки» Ленинского проспекта считались престижным районом. Но как далеки те времена!

Одной из научно признанных функций элиты является выработка образцов поведения для всех остальных. В нулевые шло самовыражение



ХИМКИ
ГРУПП

ОЛИМПИЙСКАЯ ДЕРЕВНЯ

**НОВОГОРСК
КУРОРТ**

ПЛЯЖ У ПОРОГА

«Олимпийская деревня Новогорск. Курорт» — это первый в России жилой комплекс бизнес-класса курортного типа, это особая реальность, это новый уровень жизни, это возможность круглосуточно чувствовать себя на отдыхе, не выезжая за пределы своего дома.

Центром притяжения и «изюминкой» проекта является целый остров для отдыха: там разместятся пляжная зона, шезлонги с зонтиками, кафе-бар для отдыха на причале, зона для занятий пляжным волейболом, школа рыбной ловли. Остров расположен в центре реки, а соединять с «жилой» территорией его будут два современных элегантных моста для неспешных вечерних прогулок. Жилой комплекс находится на 1 км Машкинского шоссе, на границе Москвы и области. До центра можно доехать по четырем шоссе.

(495) **215 1155**
ХИМКИГРУПП.РФ

* Проектная декларация на сайте химкигрупп.рф. Реклама ООО «Новогорск-Плюс».

Экспаты, взгляд которых не замутнен местной групповой солидарностью и потому более-менее объективен, предпочитают скорее Чистые пруды, а между тем этот район замыкает список фаворитов элитного рынка

через стандарты потребления — труднодоступный адрес и роскошь в традиционном понимании воспринимались как символ успеха. В последние годы все больше внимания привлекает не только внешняя форма, но и содержание жизни. Состоятельные люди все меньше стремятся жить в замкнутом мирке. Это дает шанс новым точкам города, где будет предложен альтернативный стиль жизни, пробиться на вершину элитного рейтинга.

«Сейчас на показ квартиры приезжают очень демократично одетые клиенты, ушла демонстративность, изменились и пожелания к недвижимости, — делится наблюдениями Ирина Егорова. — Люди хотят иметь развитую внешнюю инфраструктуру, а раньше акцент

категорически не хотят рассматривать варианты на Остоженке. Запросу на открытость и уютную городскую среду удовлетворяют Патриаршие пруды — второй после Остоженки район по цене квадратного метра. «Патрики» гораздо более живые, но есть проблема — крайний дефицит предложения.

Надо учитывать, что очень состоятельного человека мотивирует на покупку недвижимости не только поиск идеального места жительства, но и тяга к самовыражению и экспериментам. Зачастую это четвертый-пятый элитный объект в его коллекции. «Если кто-то из девелоперов придумает необычный продукт и сможет его интересно преподнести, наверняка найдется аудитория, которая загорится и рискнет попробовать или просто купит еще одну игрушку, как это было с апартаментами в «Москва-Сити», — уточняет Ирина Егорова.

Обеспеченные клиенты в принципе готовы к появлению новых элитных районов, в том

Рядовому горожанину, у которого нет пары миллионов в валюте, скучный квартал вдоль Пречистенской набережной далеко не кажется пределом мечтаний

числе и за пределами исторического центра. Ведь одно дело построить десяток-другой лучших в городе проектов и побить ценовой рекорд, а совсем другое — сформировать полноценную городскую среду. Это объясняет возросший в последние два года интерес к Хамовникам. Общий административный округ с Остоженкой, большие площади под снос, близость парков и уже сданные в эксплуатацию новостройки премиум-класса — для превращения в элитный анклав есть все предпосылки.

Если же заглядывать в более отдаленное будущее, то не исключено, что однажды наш рынок дорастет до полноценной реновации старого фонда в центре силами крупных девелоперов. Ведь в Европе историческое жилье с современной начинкой ценится дороже всего. И не случись в развитии нашего рынка столь драматичного 80-летнего перерыва, сегодня у нас был бы свой Риджентс-парк или аналог VI–VIII парижских округов — социально однородные буржуазные элитные районы. Да и купеческие доходные дома на Остоженке в таком случае сносить не пришлось бы. (АН)



был на внутренней, когда в небольшом клубном ЖК есть и бассейн, и ресторан, а содержание всего этого ты сам оплачиваешь». Светские тренды по сравнению с серединой и даже концом нулевых сильно изменились. Практически умерла публичная ночная жизнь, теперь модно вести здоровый образ жизни и не зазорно считать деньги. Маркетинговой фишкой, которая привлечет трендсеттеров, способны стать необычные энергосберегающие или зеленые технологии. А затратами на квадратный метр интересуются все, в том числе и олигархи, к тому же это общемировая тенденция.

По оценке эксперта, примерно 50% потенциальных покупателей элитного жилья