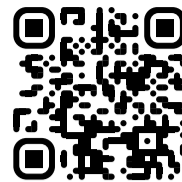


44% компаний предпочли бы арендовать офис в историческом здании или особняке **с. 3**

В Новосибирске завершился региональный этап конкурса «Строймастер» **с. 2** Профилактика производственного травматизма **с. 6-7** «Код города» — специальный проект «Стройгазеты» **с. 8-15**



Издаётся
с апреля 1924

ИНВЕСТИЦИИ | ПРОИЗВОДСТВО | АРХИТЕКТУРА | ЖКХ

Строительная газета

ГЛАВНЫЙ
ИНФОРМАЦИОННЫЙ
ПАРТНЕР



МИНСТРОЯ
РОССИИ

www.stroygaz.ru

№19 (10892) 5 июня 2026

На повестке — цифровизация

В Петербурге прошла
III Ежегодная конференция
по диджитализации
строительства

Светлана СМЕРНОВА

Цифровизация строительства в РФ давно уже перестала быть модным словом — она переходит в разряд повседневной работы. Чтобы быть готовыми к этим изменениям, оставаться востребованными, специалистам придется учиться работать с новыми инструментами и перестраивать привычные процессы. Как именно технологии изменят отрасль и какие навыки потребуются для работы с ними, шла речь на конференции Национального форума стандартизации и технологий «ТИМ.НОРМЫ.ЦИМ. Цифровизация процесса строительства 2026».

Генеральный директор АНО «Агентство стратегических преобразований», член Комитета Национального объединения строителей (НОСТРОЙ) по цифровизации строительной отрасли Елена Звонарёва отметила, что строительному комплексу необходимо идти по пути интеграции и выявлять все продукты, которые позволяют двигаться в этой парадигме. Проблема в том, что пока не все понимают, зачем нужна цифровизация, и воспринимают ее как обязательку. При этом есть и примеры, когда застройщики начинают получать от перехода на цифровизацию адекватную экономику. «В одной из строительных компаний, например, подписали с генподрядными организациями соглашение о том, что, если применение цифровых инструментов не окупится за три года, им полностью возместят все понесенные затраты. Подход оказался верным — ни одного обращения о выплатах так и не поступило», — рассказала Елена Звонарёва.

Повышение цифровой зрелости

В свою очередь, вице-президент НОСТРОЙ Антон Мороз отметил, что, по данным исследований Высшей школы экономики, до сих пор технологии искусственного интеллекта используют менее 2% строительных компаний. Поэтому нацобъединение ведет работу по повышению «цифровой зрелости» в отрасли — на его базе создан Комитет по цифровизации строительной отрасли, в рамках которого ведется работа над новыми программными продуктами, призванными в перспективе существенно упростить деятельность строительных компаний.

с. 2 →



СЕРГЕЙ ЗВЕНЦОВ

Когда рендер побеждает

На «АРХ МОСКВЕ» попытались понять,
можно ли собрать идеальный город

Оксана САМБОРСКАЯ

В рамках XXXI Международной выставки-форума архитектуры и дизайна «АРХ МОСКВА 2026» прошла организованная «Строительной газетой» панельная дискуссия «Власть, девелопмент, архитектура, инновации». За одним столом собрались шесть спикеров — от Института Генплана Москвы, девелоперов и архитекторов. В ходе обсуждения они старались понять, как «собрать и реализовать» идеальный градостроительный проект. А это непросто: государство мыслит нормативами и социальными обязательствами; девелопер — доходностью и скоростью продаж; архитектор — формой и смыслом; житель — удобством и ценой.



Модератор — директор Национального агентства развития территорий Сергей Львов начал разговор с того, что такие сессии уже стали регулярными: «Мы со «Строительной газетой» часто коллаборируем, организуем такие разговоры: считаем эту коммуникацию полезной и необходимой,

особенно на сегодняшнем сложном строительном рынке».

Искать единственный правильный ответ на вопрос об идеальном проекте — занятие бесполезное: вопросов больше, чем ответов. Как совместить жесткие нормативы и живое разнообразие города? Как не убить архитектурную идею на стадии финансовой модели, но попробовать зафиксировать, где интересы власти, девелопмента, архитектора и жителя сходятся, а где расходятся, — это уже ценный результат.

Идеальный проект не может быть локальным

Первое, что обсуждалось на дискуссии, — может ли идеальный проект существовать «в вакууме», в отрыве от существующего контекста. Руководитель направления Мастерской объемного проектирования Института Генплана Москвы, подведомственного Департаменту градостроительной политики города Москвы, Максим Гурвич рассказал о балансе интересов в градостроительстве — о том, как найти

золотую середину между стратегическими целями города и авторским замыслом архитекторов.

«Стратегические цели города — это фундамент, на котором строится вся работа. Они определяют долгосрочное развитие территорий, транспортную доступность, социальную инфраструктуру, экологические стандарты и инвестиционную привлекательность районов. Эти цели формулируются на основе анализа потребностей миллионов горожан, прогнозов демографии, экономики и технологий, задают четкие рамки. С другой стороны, авторский замысел архитекторов привносит в градостроительство творчество, индивидуальность, эстетику. Архитекторы мыслят образами, создают пространства, которые вдохновляют, формируют идентичность мест, делают город узнаваемым и запоминающимся. Баланс между этими двумя полюсами — не компромисс, а синергия. Когда стратегические цели и творческая мысль работают вместе, рождаются проекты, которые отвечают потребностям города и служат людям десятилетиями, а самые лучшие становятся символами своего времени», — сказал Максим Гурвич.

с. 8-9 →

СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

«КОД ГОРОДА»



Когда рендер побеждает

с.1 Сегодня особое внимание уделяется развитию наукоградов и инновационных образовательных комплексов — суперколледжей. В апреле мэр Сергей Собянин анонсировал семь новых таких колледжей, которые появятся в ближайшие годы в разных районах Москвы. В качестве примера Максим Гурвич привел проект планировки нового кампуса Московского государственного технологического университета (МГТУ) «СТАНКИН» в районе Коммунарка Новомосковского административного округа: «На территории будет создано многофункциональное комфортное пространство для обучения студентов. В состав кампуса войдут культурно-досуговый центр, конгрессно-выставочные пространства и технополигон. На территории кластера построят суперколледж в стиле русского авангарда, что было учтено в ППТ, разработанном нашим институтом. Колледж площадью свыше 113 тысяч квадратных метров примет более 16 тысяч студентов, которые будут учиться по направлениям: строительство, промышленность, информационные технологии, транспорт, образование, креативные индустрии и гостеприимство, финансы и торговля.

На вопрос модератора, какими городами и проектами он вдохновляется, Максим Гурвич в первую очередь назвал Новую Москву — территорию, где сейчас идет большая работа. Из зарубежных мегаполисов он назвал Лондон как пример хорошо организованной загородной жизни, Барселону как пример комфортной средней застройки и современные китайские города как пример суперкластеров.

Архитектура и девелопмент встречаются слишком поздно
Вторая тема, прозвучавшая на дискуссии, — разрыв между тем, что проектирует архитектор, и тем, что реально нужно будущему жителю, а также между сроками и языком девелопмента и архитектуры.

Директор по развитию девелоперского продукта PIONEER Наталья Ермоленко рассказала, что в ее компании все чаще начинают проект с исследования паттернов движения будущих жителей. «Бывает, что мы отказываемся от традиционного размещения коммерции на первом этаже, потому что люди идут не по той стороне улицы», — привела она пример. Архитектура, по словам Натальи Ермоленко, должна подчиняться движению, а не наоборот.

«Государственные нормы меняются медленно, рынок и поведение покупателя — быстро. То, что было востребовано два года назад, сегодня может не работать. В PIONEER на площадке можно увидеть весь технологический процесс — от геодезии и прокладки инженерных сетей до возведения и отделки».

ходит не с готовым проектом, а с гипотезой — например, о том, как люди будут использовать двор или какой инфраструктуры им реально не хватает. Мы проверяем ее на «вшиваемость» в город», — сказала Наталья Ермоленко, назвав это «способностью территории отвечать на запросы, которые еще не сформулированы».

Часто выясняется, что привычные решения не работают: стандартный набор магазинов и кафе на первом этаже не востребован, детская площадка нужна не там, где ее ставят по нормативам, а там, где реально собираются дети. Это требует от девелопера готовности отказаться от проверенных коммерческих сценариев — от стандартного набора форматов первого этажа или от привычного соотношения площадей под разную функцию. «Рынок покупателей и клиентов — это не абстракция. Иногда они хотят не «умный» дом, а нормальный двор, где можно поговорить с соседом», — заметила Наталья Ермоленко. Если архитектура умеет это услышать, проект получается, если нет — никакие фасады не спасают.

Иновация — не новая технология строительства и не цифровая платформа, а сама готовность девелопера начать с вопроса, а не с ответа. В качестве примера Наталья Ермоленко привела случаи, когда отказ от традиционного размещения коммерции (перенос на ту сторону улицы, где реально ходят люди) увеличивал видимость помещенийкратно, хотя на бумаге казался нелогичным. Главный вывод Натальи Ермоленко: девелопмент и архитектура должны не встречаться на Градостроительно-земельной комиссии, когда менять что-либо уже поздно, а начинать совместную работу с момента первого эскиза.

Красивый рендер побеждает реализуемый проект

Градостроительные конкурсы часто превращаются в «борьбу рендеров» — побеждает самая красивая картинка, а не самая реалистичная модель. Архитектор привык побеждать эстетикой, но после конкурса начинается работа с нормативами, сетями, сроками и бюджетом — и красивая идея рассыпается, происходит разрыв между картинкой и реальностью.

«Красивый генплан может быть абсолютно нереализуем, если не учитывать экономическую составляющую в концепции, в самом начале проекта», — отметил главный архитектор проекта «Репаблиц» ГК «Страна Девелопмент» Бахтиёр Мирзакаримов. Он предложил пересмотреть саму роль архитектора: не «творец» и не «художник», а «переводчик»: «Архитектор должен уметь объяснить девелоперу, почему нельзя сэкономить на высоте первого этажа, чиновнику — почему фасад не может быть серым «из норматива». Это означает, что зодчий обязан владеть тремя языками: языком архитектурной формы, экономики и строительных норм и административных процедур».

Этому не учат в архитектурных вузах. Бахтиёр Мирзакаримов подчеркнул, что молодые архитекторы приходят с желанием изменить мир, но не могут защитить свою идею на языке экономики или строительных норм. Он привел пример: на одной из ранних стадий архитектор хотел сделать сложный пластичный фасад с большим количеством индивидуальных элементов; коммерческий

отдел показал, как это повлияет на стоимость квадратного метра и на скорость строительства. Вместе нашли компромиссный вариант, который сохранил 80% задуманной пластики, но уложился в бюджет.

«Что, с точки зрения Бахтиёра Мирзакаримова, делает идеальный проект? Не отсутствие компромиссов, а умение выбрать, чем можно пожертвовать. Иновация для его команды — «методология быстрых прототипов»: вместо того, чтобы проектировать весь квартал целиком (что занимает годы), за три месяца делается пилотный фрагмент, запускается, собирается обратная связь от жителей и от городских служб, чтобы понять, что работает, а что нет. И только потом происходит масштабирование на всю территорию. «Это страшно для инвестора и непривычно для чиновника, но это единственный способ не наделать ошибок на 50 гектаров», — считает Бахтиёр Мирзакаримов, признавая, что такая модель требует другого типа контрактов и другого уровня доверия между всеми участниками, но без нее идеальный проект остается красивой картинкой».

Баланс между архитектурой и финмоделью

Вопрос об идеальном девелоперском проекте может возникнуть на самых разных этапах. К примеру, разработка архитектурной концепции довольно часто представляет собой фигуру с тремя острыми углами: архитектор, девелопер и город. Город хочет уникально и авторски, архитектор — красиво и дорого, девелопер — маргинально и ликвидно. Девелопера можно понять: он живет в строгих рамках финансовой модели и знает, что «интересный» фасад может увеличить себестоимость на 15-20%, а востребованность конечного продукта одним фасадом не определяется. Да и платежеспособный спрос пока не прирастает.

Коммерческий директор девелопера «Неометрия» Ленария Хасиятулина рассказала, что наиболее эффективными становятся проекты, в которых архитекторы, проектировщики и застройщики работают совместно с самого начала. По ее словам, архитектору нужно думать о финмодели проекта вместе с первым эскизным наброском, сидеть за одним столом с девелопером на нулевом цикле — на стадии, когда опре-

деляются основные объемно-планировочные решения — значимая часть будущего продукта.

«Баланс между экономической эффективностью и внедрением более дорогих архитектурных и инженерных решений достигается благодаря глубокой работе с продуктовой матрицей и ценовой дифференциацией», — говорит Ленария Хасиятулина. — Например, в нашем бизнес-центре даже компактные лоты предлагаются в продажу с «мокрой точкой» (санузлом/кухней). Стоимость квадратного метра в небольших офисах примерно на 20% выше, и за счет более высокой маржинальности мы частично компенсируем затраты на инженерно и можем сделать предложение более разнообразным».

Эксперт также рассказала, что современный рынок покупателей стал гораздо более сложным — простая градация площадей квартир и классические планировки уже не работают. Нужно понимать, кому ты продаешь: семье с детьми, одинокому профессионалу, пожилой паре. У каждой из этих аудиторий свои приоритеты и финансовые возможности. «Идеальный градостроительный проект с точки зрения рынка — это тот, который можно продать до того, как он построен», — считает Ленария Хасиятулина.

К новым решениям в арсенале девелопера по работе с проектами Ленария Хасиятулина относит блок дополнительной и более широкой по направлениям аналитической работы. «К примеру, для глубокого понимания запросов покупателя мы обращаемся к научным методикам, нейромаркетингу, большим данным реальных продаж и исследованиям разнообразных фокус-групп. Искусственный интеллект помогает в динамическом ценообразовании, предиктивной аналитике, дает дополнительную опору для принятия решений», — заметила она, подчеркнув, что цифры — не диктат: они показывают вероятности, но окончательное решение остается за командой. Задача коммерческого директора — найти баланс между архитектурным замыслом, потребностями покупателей и экономической устойчивостью проекта: «Идеального градпроекта без риска не бывает, но риск должен быть осознанным и просчитанным».

Три силы, которые влияют на развитие города, часто работают вразнобой

«Когда все три силы работают в балансе, получается классная среда. А если баланса нет, то перекос создает нагрузку на транспортную инфраструктуру и неудобный городской контекст», — сказал сооснователь и партнер бюро Syntaxis Александр Стари-



ков. В этом смысле можно вспомнить старые жилые районы на окраине, откуда сложно было добраться до работы.

Как этого избежать? Александр Стариков предложил три рецепта. Первый — сместить акцент с формы на содержание: «Когда мы создаем архитектуру и приходим согласовывать ее в городе, часто акцент делается на визуальной составляющей, вау-эффекте. Затем возникают вопросы: как это реализовать в финансовой модели? Удобно ли само здание? Да и сам вау-эффект быстро надоедает». По словам Александра Старикова, важнее идея проекта, его вписанность в контекст, детали, материалы и соответствие того, что девелопер показал на картинке, тому, что будет сдано.

Второй рецепт — смещение акцента с эстетики на этику: «Каждый проект должен отвечать на вопросы: что именно он дает городу? Какую добавочную стоимость получат жители, которые будут смотреть на стройку в течение двух лет?» Важно, чтобы девелопер и город рассказывали о будущей инфраструктуре, благоустройстве, площадках для детей.

Третий рецепт — авторский надзор. Архитектор должен присутствовать на всех этапах реализации проекта. «Когда девелопер отдает данную ответственность на откуп подрядчику, то в погоне за прибылью он ущемляет решения. Здание выглядит не так и плохо стареет, возникают жалобы. Все это вызывает у жителей недоверие к городу, девелоперу и архитектуре», — заметил Александр Стариков.

Большая идея

Основатель экосистемы URBAN Ольга Хасанова заявила, что чаще всего проектам мешает отсутствие большой идеи: проект может быть хорошо просчитан и красиво упакован, но, если за ним нет смысла, он остается просто очередным объектом на карте. Выдающийся проект начинается не с фасада, а с вопроса, какую ценность он создает для города и человека. Красивая архитектура — это когда хочется посмотреть, а качественная среда — когда хочется остаться. Эффективный фасад не работает, если человеку неудобно выйти из

дома или маршруты нелогичны. Здоровый диалог между властью, девелоперами и архитекторами должен быть партнерской сборкой проекта, где есть видение города, экономика и культурный слой. Запрос на долгосрочное влияние растет: сильные девелоперы понимают, что репутация строится на качестве среды. Покупатель изменился — он оценивает не только квартиру, но и район, двор, сервисы, атмосферу.

Качество среды можно и нужно измерять: планировки, безопасность, благоустройство, экологию. Профессиональная оценка необходима, чтобы отделить реальное качество от маркетингового шума. Среди недооцененных критериев — гибкие планировки, качество общественных пространств, акустический комфорт и долгосрочная эксплуатация. Покупатель стал более требовательным, и девелоперу недостаточно продать картинку — нужно создавать реальный пользовательский опыт. Эти принципы лежат в основе сертификации URBAN Grade и оценки проектов 18-й федеральной премии URBAN, финалисты которой будут объявлены 17 июня в Сочи.

Ольга Хасанова сделала вывод: идеальный градостроительный проект не существует в чертежах и рендерах — он рождается в результате длительного процесса, «иначе получается не город, а набор красивых объектов, которые не работают вместе».

Сшивать разрывы

По ходу дискуссии спикерами были обозначены разрывы, которые нужно учиться сшивать: транспортная доступность и социальная направленность против локальных амбиций; паттерны движения жителей против архитектурной инерции; красивые рендеры против реализуемости; финансовые модели против архитектурного качества; регламенты против живой ткани; организационная инерция против принудительного диалога. Соответственно, резюмировал модератор, всем участникам градостроительного процесса потребуются внимательное отношение к интересам друг друга при тщательной продуманности принимаемых решений и аккуратности подходов к оценке и нивелированию проблем. Но поскольку понимание сторонами необходимости комплексного подхода к реализации если не идеального, то максимально оптимального градостроительного проекта очевидно, перспективы формирования привлекательного облика российских городов можно считать вполне оптимистичными.





Ксения ТРОФИМОВА

На прошлой неделе завершилась XXXI выставка-форум «АРХ МОСКВА». Гостинный двор на четыре дня стал местом, где профессиональное сообщество спорило о главном: что есть «Идеал» в архитектуре? Тема, предложенная куратором этого года Тимуром Башкаевым, оказалась одновременно и вдохновляющей, и опасной, потому что врать про идеал глупо: он либо есть в вашем проекте, либо вы пришли хвастаться тем, чего у вас нет. Таких, к счастью, на выставке замечено не было.

Крупный план

Центральным экспонатом, безусловно, стал макет «Москвы 2060» из экспозиции самого Тимура Башкаева. И это не очередная технология из стекла и смарт-панелей — в его идеальном городе малозатяжная застройка не воюет с советскими микрорайонами, а элитные кварталы не пытаются отгородиться заборами от «неидеальной» реальности. Это — попытка не сносить и перестраивать, а достраивать смыслы.

Спецпроект «Мастера» под кураторством Василия Бычкова и Ильи Мукосеева эту мысль только усилил. Ведущие архитектурные бюро показывали проекты, где они «максимально приблизились к собственному идеалу». И в этих отчетах не было победного марша роботов и «умного» бетона — там была рефлексия.

Отдельно хочется отметить стенд архитектурного бюро «Крупный план» (KPLN). Их подход — через ошибки и юмор к «архитектурному дзену» — выглядел самым честным манифестом. В зоне, разработанной бюро, посетителям предлагали... отпустить архитектурные грехи. В этой шутке — горькая правда профессии: путь к идеалу лежит через неудачные версии, снесенные заборы и честное признание собственных провалов. А инсталляция «Неуловимость», сравнивающая архитектурный идеал с солнечным зайчиком, который живет на поверхности секунды, отрезвляет окончательно. Архитектура на этой выставке вдруг перестала быть про квадратные метры — она стала про попытку поймать свет.

Голубятни будущего

Архитекторы по-прежнему ищут свой идеал



Птицы как невидимые горожане

Но был на «АРХ МОСКВЕ» один проект, который заставил посетителей пересобрать собственное представление об идеальной среде, — конкурс сити-голубятен, организованный Фондом защиты городских животных. На первый взгляд, голубятни остались в прошлом веке. Однако именно здесь случился самый честный разговор об идеале — без привычного антропоцентрического высокомерия.

На конкурс поступило 135 проектов от студентов и молодых архитекторов со всей России. И речь шла не о том, как «решить проблему голубей» — сетками, шипами, отпугивателями, — а о том, как спроектировать для птиц дом — типовой, встраиваемый в городскую ткань, биофильный и при этом эстетически осмысленный. Победители — Анна Коростелева (I место), Василиса Полежаева и Владислав Лобко (II место), Анастасия Гаврикова (III место) — показали проекты, которые не стыдно поставить рядом с хорошей архитектурой.

Почему это важно? Идеальный город, о котором так много говорили на выставке, не

может быть идеальным только для людей. Как точно заметила директор «АРХ МОСКВЫ» Анна Фурс, мы научились проектировать для стариков, для подростков, для «незаметных» групп населения. Но город населяют миллионы существ, которые не только незаметны, но и безмолвны; им гораздо сложнее приспособиться к быстро растущему мегаполису.

Исследователь и преподаватель МАРШ Марат Невлютов на деловой сессии произнес фразу, которая должна стать эпиграфом к любому разговору об устойчивой архитектуре: «Голуби — это тоже горожане». Он обратил внимание, что эта птица является фигурой крайне маргинализованной, и это роднит ее не только с другими нечеловеческими видами, но и с мигрантами, бездомными, детьми — группами, чьи ценности расходятся с объявленными доминирующими. Проектирование голубятни в таком случае становится не утилитарной задачей, а этической жестом признания Другого.

Конкурс не ограничился раздачей призов. Лучшие проекты войдут в Каталог типовых

биофильных решений для городской среды — реальный инструмент для архитекторов, девелоперов и муниципалитетов. Как справедливо отметила Марина Силкина из МАРХИ, для тиражирования нужны не столько типовые проекты, сколько типовые функциональные схемы и методические рекомендации: размер летков, количество ячеек, технологии кормления. Без этого даже самая красивая голубятня останется арт-объектом, а не работающей инфраструктурой. Конкурс показал: молодые архитекторы готовы к такой комплексной работе — думать про ориентацию, климат, материалы, долговечность и обслуживание, а не только про форму.

В этом, наверное, главный итог «АРХ МОСКВЫ»: идеал начинается с внимания к тем, кого мы привыкли не замечать, — к голубя на карнизе, с попыткой построить для него дом — не потому, что это выгодно, а потому, что он здесь живет.

Новый куратор — и никакой архитектуры?

Организаторы под занавес создали интригу, достойную хорошего детектива. Куратором «АРХ МОСКВЫ 2027» станет Елизавета Лихачева — искусствовед, историк архитектуры, бывший директор Музея архитектуры имени Шусева и ГМИИ имени Пушкина. Это назначение — само по себе событие. Но еще интереснее ее первое заявление, сделанное на пресс-конференции: на выставке в следующем году не будет архитектуры как таковой.

И все. Никакой расшивки. Елизавета Лихачева не стала раскрывать замысел экспозиции, предоставив нам возможность ровно год строить догадки. Выставка без архитектуры — что это будет? Разговор о контексте? Об артефактах? О людях? О голубях? Увидим в следующем году.

Пока же, оглядываясь на прошедшие четыре дня, можно сказать одно: «АРХ МОСКВА 2026» удалась именно тем, что не дала единственного ответа на вопрос «Что есть идеал?». Она показала, что идеалов много и что архитекторы ищут свой. И что идеальный город немалым делом без голубятни во дворе. Ждем 2027 год. Говорят, там будет совсем другая история.



«КОД ГОРОДА»



Оксана САМБОРСКАЯ

Город меняется, и меняется не только потому, что открываются новые магистраль, строятся новые кварталы или осваиваются промзоны, — он меняется потому, что люди перестают тратить часы на поездки между работой, домом и местами досуга. Именно эта смена повседневных привычек и перестраивает рынок коммерческой недвижимости: пока традиционные торговые центры теряют арендаторов и трафик, сегмент стрит-ритейла при бизнес-центрах демонстрирует устойчивость. На смену офисной «коробке» с кофе-пойнтом приходят деловые кластеры, где коммерция на первых этажах работает на весь район — и на офисных сотрудников, и на жителей. Это не новый тренд, это новая структура города.

Почему арендаторы ТЦ ищут новые ниши?

Падение интереса к классическим торговым центрам — уже не гипотеза, а статистика. Согласно данным CORE.XP (аналитика 52 ключевых торговых объектов Москвы), в I квартале 2026 года открылось 80 магазинов, закрылось 208 — разрыв почти в три раза. Ретейлеры не уходят из физического ритейла как такового — они уходят из формата «фольшой коробки», потому что изменился сам покупатель: он больше не готов ехать 40 минут за парой товаров в торговый центр, где половина витрин пустует, — он выбирает онлайн или хочет получить сервис возле дома или по дороге с работы.

Покупатель вернулся «домой» — в район, где он живет, работает и проводит вечер. И лучшей «посадочной площадкой» для этого центра, где половина витрин пустует, — он выбирает онлайн или хочет получить сервис возле дома или по дороге с работы.

Пример — район Хорошёво-Мнёвники. Здесь девелопер «Неометрия» (проект БЦ «АВИУМ») строит не просто офисный центр класса «А» рядом со станцией МЦК «Зорге», а точку городского притяжения. Ключевую роль играет стрит-ритейл первого этажа — 7 тыс. кв. м коммерческих площадей, которые проектировались не как «довесок» к офисам, а как самостоятельная городская функция.

Три волны трафика

Главный риск арендатора в бизнес-центре заключается в том, что после окончания рабочего дня не останется посетителей. «Клиент кончается в семь вечера» — это самый частый аргумент против захода в офисную коммерцию еще несколько лет назад. В проектах нового поколения это не так.

«Как будет работать коммерция, серьезно зависит от локации, — говорит управляющий партнер консалтинговой компании RRG Денис Колокольников, консультант БЦ

Смена привычек

Бизнес-центры преобразуют город вокруг себя

Экосистема вместо крепости

Принципиальная разница между старым бизнес-центром «башня в поле» и новым городским ландшафтом — в открытости. Десять лет назад бизнес-центр проектировался как изолированная среда: пропускной пункт, свой паркинг, своя столовая; все, что снаружи, считалось чужим и небезопасным.

Сегодня этот подход не работает. БЦ «АВИУМ» на 3-й Хорошёвской улице сознательно отказывается от концепции «изолированной крепости». Двухуровневый стилобат спроектирован как общественное пространство. Галерея с кафе, ресторанами, столовой для сотрудников, фитнес-центром открыта для прохода. Прозрачные фасады и пешеходные маршруты через парк стирают грань между «чужим» офисом и «своим» районом.

«БЦ «АВИУМ» разрабатывался не как «офис для своих», а открытое пространство, — рассказывает Денис Колокольников. — Мы анализируем, каких сегментов не хватает в районе, и собираем их: разнообразный общепит — рестораны, столовые, кафе, кофейни, продуктовый супермаркет. А за счет благоустройства — небольшого бульвара — создается «третье место» для всего района. Люди гуляют, потребляют и повышают обороты арендаторов — так бизнес-центр перестает быть чужой территорией и становится частью повседневной жизни».

Понятие «третье место» (не дом и не работа) пришло из урбанистики. Это пространство, где люди проводят время, — гуляют, сидят в кафе, встречаются с друзьями. В проекте БЦ «АВИУМ» эту роль играют ландшафтный парк площадью 1,2 гектара и прогулочный бульвар вдоль коммерческой галереи. Местные жители, идущие от станции МЦК «Зорге», с высокой вероятностью зайдут в кофейню, магазин или салон красоты на первом этаже. Так рождается синергия, которую невозможно получить в «изолированном» ТЦ.

Денис Колокольников называет это «сценарным подходом» к проектированию: коммерция не просто заполняет пустующие площади, а создает связи между разными типами арендаторов — фитнес кормит кофейню утром и вечером трафиком, супермаркет притягивает жителей, которые заодно заходят в аптеку.

Кто и как наполняет коммерцию

Запрос на такое пространство со стороны бизнеса уже сформирован. Как отмечает коммерческий директор «Неометрии» Ленария Хаси-

ятулина, вывод коммерческих площадей в продажу только начинается, но динамика показывает устойчивый интерес: «Мы видим запрос со стороны предпринимателей на помещения от 26 до 100 «квадратов». Это именно те форматы, которые нужны локальному сервису. Раньше у такого бизнеса было только два пути — коммерция в жилье с сомнительной проходимостью или ТЦ со снижающимся трафиком. Сейчас у них есть третий путь — бизнес-центр, который работает как «город в городе» с предсказуемым и платежеспособным потоком».

Для малого и среднего бизнеса это возможно не зависит от колебаний арендного рынка, для девелопера — быстрее вернуть инвестиции и передать управление коммерцией профессиональным собственникам.

«Экономический эффект для района и города» — выгоду получает не только бизнес — экономический эффект чувствует весь район. Влияние качественной коммерческой инфраструктуры на стоимость недвижимости — не абстракция, а прямой экономический эффект. По оценкам аналитиков, жилье и коммерческие проекты в радиусе 500 метров от подобных проектов поднимаются в цене.

Город тоже в плюсе. Для него такие проекты — не только налоги и рабочие места, это разгрузка транспортной инфраструктуры. Когда люди могут работать, покупать товары и пользоваться услугами в своем районе, снижается нагрузка на метро, МЦК и автомобильные магистрали. А превращение пустырей и заброшенных территорий в благоустроенные общественные пространства нивелирует социальную напряженность и повышает качество жизни.

Будущее формата

Количество арендаторов в ТЦ продолжает сокращаться. Но это не кризис потребления, это кризис формата. Покупатель нигде не делся — он просто оказался в другом месте: там, где рядом дом, работа и скамейка в парке. Как резюмирует Денис Колокольников, «после 19:00 к офисным сотрудникам, которые снимают галстуки и придут провести время после работы, присоединятся жители района». Эта фраза лучше всего описывает происходящее на рынке коммерческой недвижимости — не конец ритейла, а его перестроение, не исчезновение спроса, а его перераспределение. И тот бизнес, который последует за покупателем, окажется в выигрыше.

ВОДА В ГОРОДЕ
премия | деловая регата | форум

ПРЕМИЯ ЛУЧШИХ ПРОЕКТОВ У ВОДЫ
ПРИЕМ ЗАЯВОК ДО 20 ИЮНЯ 2026

ДЕЛОВАЯ РЕГАТА
ФОРУМ «РАСШИРЯЯ ГРАНИЦЫ
ДЕВЕЛОПМЕНТА»

30 Июля 2026
Санкт-Петербург

ФОРУМ

**СТРОИЙ
ТЕХ'26**

Точки роста: инструменты и решения.
Технологический переход в строительстве.

13 АВГУСТА
КРОНШТАДТ



Будущее уже здесь

О чем говорили на форуме FOR CITIES

Сергей ЗЕЛЕНЦОВ

На XII Всероссийском форуме FOR CITIES (главный отраслевой информационный партнер — «Строительная газета»), организованном Школой девелопера и KEY CAPITAL, в центре внимания участников были вопросы выживания девелоперов в непростых условиях 2026 года. Основной вывод «Форума для городов»: устойчивость теперь зависит не от банков, а от собственной продуктовой стратегии.

Две аудитории бизнес-класса

Один из очевидных трендов года — изменение поведения покупателей бизнес-класса. Если раньше решение о покупке принималось за 2-4 месяца, то в 2026-м этот срок увеличился до полугода. При этом себестоимость строительства растет: дорожают архитектура, инженерия, интерьеры, затраты на благоустройство территории.

Как отметила коммерческий директор DaG Development Анна Усатова, бизнес-класс больше не единый сегмент — в нем две разные группы покупателей. Первая — искушенные клиенты, хорошо знающие стандарты и тщательно проверяющие соответствие продукта классу; вторая — покупатель из массового сегмента, которые хотят квартиру в «старой» Москве и нуждаются в объяснении ценности предложения.

Региональный ответ

Руководитель калининградского проекта «Русская Европа» Виктор Иванюк доказал, что в регионах можно строить лучше, чем в столице, не снижая планки. Компания



выдвигается в качестве: строит собственные котельные на крыше (экономию на отоплении в 3-4 раза), улучшает шумоизоляцию, внедряет современные системы вентиляции.

Иновационным стал подход к инвестиционным продуктам: для апартментов под сдачу в аренду выделен отдельный подбед с профессиональным управлением. Это позволило быстро заполнить эскроу-счета за счет инвестиционных продаж, что улучшило условия проектного финансирования.

Финмодель вместо «усредненки»

Главная уязвимость девелопера — слепая вера в банковскую финансовую модель. Как отметил генеральный директор агентства МОСТ Вячеслав Батаков, банки часто смотрят на проект упрощенно: линейный рост цены, игнорирование сезонности, отсутствие привязки к этапам стройки.

Антихрупкий подход, по его словам, соединяет банковскую логику (сравнение по аналогу, усредненный спрос) и продуктовую (ценность для аудитории, сценарий спроса, управляемая стратегия продаж). «Важно показывать банку не просто цифры, а механизм исполнения модели: ассорти-

ментную матрицу, сезонность, строительные вехи и стресс-тесты», — указал он.

Оценка рисков

Тема, которая волнует миллионы россиян, — ипотека. Павел Зверев (METRIUM) без прикрас обрисовал новую реальность. Больше никаких «легких» кредитов: рынок меняется на глазах.

Эксперт выделил три ключевых тренда, которые уже работают. Первый — ипотека больше не «волшебная палочка», она перестала быть тем драйвером, который сам по себе разгонял продажи. Теперь это тонкий инструмент, требующий индивидуального подхода к каждому клиенту. Второй — банки стали «строгими учителями». Из-за жесткого контроля со стороны ЦБ РФ и проверок доходов через СФР получить одобрение теперь сложнее, в приоритете — заемщики с прозрачной историей и стабильным доходом. Третий — конец «серым» схемам: рынок очищается, и это неизбежно.

Выигрывать будут те девелоперы, которые первыми внедряют сценарные продажи и адаптируют бизнес под новые правила. «Конкурентное преимущество заберет тот, кто первым адаптирует бизнес-процессы», — резюмировал Павел Зверев.

СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

Красота против удобства

Может ли дом быть произведением искусства при максимальном удобстве для жизни? Коммерческий директор Foresight Development Анна Шихина развеяла миф о том, что эстетика и комфорт — вещи несовместимые. «Все начинается с цифр», — уверенно заявила она. По ее словам, именно скрупулезный анализ квартирографии и технико-экономических показателей становится тем мостом, который позволяет архитекторам и девелоперам говорить на одном языке еще на этапе чертежей.

Практические расчеты подхватила директор по развитию Atlas Дарья Коваленко, озвучив четкую формулу успеха для современных жилых комплексов: 15-25% площади должны занимать «якоря» — крупные объекты, которые притягивают жителей (например, фитнес-центр или супермаркет), а остальные 75-85% — это базовая инфраструктура. Правда, как тут же уточнила эксперт, «золотое» соотношение может меняться в зависимости от того, строится ли комплекс в центре мегаполиса или на его окраине.

Тренды, меняющие рынок

Анна Мурмуридис (Nikoliers) рассказала, как меняется поведение покупателей и инвесторов: первые хотя не просто квадратные метры, а комфорт и ликвидность, вторые — взвешенно подходят к вложениям. «Жилая недвижимость превращается в сервисную экосистему», — отметила она. Теперь ценность дома определяется не только площадью квартиры, но и тем, насколько он удобен, экологичен и готов подстраиваться под нужды жителей.

Технологи добрались и до стройплощадок. Тимофей Лютюмский, директор по цифровой трансформации компании «РАЗУМ», рассказал, как ИИ уже сегодня помогает бизнесу. Если раньше успешность подготовки нового менеджера зависела от опыта наставника «звезд», то теперь алгоритмы анализируют лучшие кейсы и транслируют их всей команде. Это не только ускоряет адаптацию новичков, но и гарантирует, что каждый клиент получит одинаково высокий уровень сервиса.

дья, которые являются частью ансамбля и реставрируются девелопером и ансчат разные функции: спортивный центр, гастро-хаб или ретейл. Граница между своим и чужим получается не глухой стеной, а плавным переходом; публичная жизнь обогащает приватную, но не вторгается в нее, и это, пожалуй, — один из самых грамотных способов вписать новый жилой квартал в уже сложившуюся городскую ткань.

Дети, спорт и отказ от шаблонов

Отдельная история — детские и спортивные зоны. Многие девелоперы до сих пор работают по лекалам «футбольное поле плюс баскетбольная площадка», но в проектах «Страны Девелопмент» этот шаблон ломают: вместо больших формальных площадок появляются скалодромы, турники, геопластика, то есть искусственное изменение рельефа, зоны для разных возрастных групп, включая взрослых. В «Републике» водная гладь встроена в активные детские зоны — дети не просто бегают по ровному асфальту, а взаимодействуют с водой, с переливами, с меняющейся средой. Это среда, которая сама провоцирует движение, игру и, как следствие, новые контакты.

Как изменилось благоустройство после 2022 года

Отдельный вопрос, волнующий сегодня многих, — удалось ли сохранить качество благоустройства после ухода зарубежных поставщиков? Как говорит Бахтиёр Мирзакаримов, жесткой оптимизации, когда все режут в два раза и становится хуже, не случилось. Вместо европейских питомников используются российские аналоги — черемуха, яблоня, ели, сосны, можжевельник; вместо импортной брусчатки — российский гранит. Бюджет остается в рамках, хотя, как признают в компании, на рынке в целом цены на благоустройство выросли именно из-за закрытия зарубежного рынка.

«КОД ГОРОДА»

Сергей ВЕРШИНИН

В крупных городах оформление жилых комплексов напрямую задает качество повседневной жизни, формирует образ проекта и является одним из главных критериев при выборе недвижимости. Ландшафт новостройки должен органично вписываться в городскую среду и соответствовать самым высоким запросам покупателей. На примере проектов PIONEER можно увидеть тенденции, определяющие развитие территорий девелоперами, и их воплощение на практике.

Многofункциональность

Один из главных трендов — многofункциональность. Сегодня двор проектируется как самостоятельная экосистема, способная удовлетворить потребности жителей различных возрастных групп и образа жизни. В премиальном жилом комплексе HIGH LIFE в Павелецком районе столицы девелопер реализовал принцип зонирования пространства: во дворе предусмотрены игровые площадки для детей разных возрастов, пространства для спокойного отдыха взрослых, прогулочные маршруты.

«Благоустройство должно учитывать сценарии жизни человека в течение всего дня. Пространство становится продолжением квартиры, в котором можно работать, отдыхать, проводить время с семьей или оставаться наедине с собой», — отмечает директор по продукту PIONEER Ольга Великая.

Естественный ландшафт

Другой устойчивый тренд связан с возвращением в городскую среду природного ландшафта. В условиях мегаполиса жители особенно ценят возможность оказаться в оазисе. Современные жилые проекты все чаще включают в благоустройство территории масштабное озеленение, естественный рельеф и натуральные материалы.

В HIGH LIFE внутренний двор задуман как уголок природы со сложным ландшафтом, густым озеленением и органичной пласти-



Жилой комплекс HIGH LIFE на Павелецкой

Тренды благоустройства

На что опираются застройщики и чего ожидают покупатели

кой пространства. На внутренней территории имеется живописный двухуровневый парк, который получит свое развитие во второй очереди строительства. На двух гектарах, что является существенной площадью в зоне между Садовым кольцом и ТТК, будет реализовано одно из значительных решений по благоустройству. В уже заселенной первой очереди обустроены детские игровые зоны, места для отдыха, сухой фонтан, прогулочный маршрут, ведущий к смотровой площадке с панорамным видом на город и внутреннее пространство. В перспективе парк дополнится березовой рощей и спортивными площадками.

Тренд присутствует и в клубном доме ОПУС. Концепция благоустройства здесь построена на теме воды и спокойствия. Плавные линии холмов напоминают успешный поток, прогулочные маршруты дополнены морской галькой, а приватные зоны отдыха скрыты среди кустарников и деревьев. Пространство создает ощущение тишины и единения даже в условиях активного мегаполиса.



Жилой комплекс HIGH LIFE на Павелецкой

Минимализм или эмоция?

Среди стилей сохраняется тренд на «эмоциональные» локации. Девелоперы стремятся создавать территории с собственной атмосферой и характером — иногда включают в проекты смысловые доминанты, которые привлекают внимание сразу. При этом спо-

койствие — это тоже эмоция: в концепции ОПУС благодаря активному использованию воды заложено множество точек территории, где легко замедлиться и посвятить время себе.

Рассказать историю

Еще одним заметным трендом становится сторителлинг — создание среды через изучение поведения будущих жителей. В результате благоустройство превращается в полноценную среду для ежедневной жизни. В структуре двора HIGH LIFE все пространства являются частями сценария: утром — йога на открытой площадке, днем — неспешные прогулки или пробежки в частном парке, а вечером — променады на благоустроенной территории у квартала, где девелопер также предусмотрел озеленение и мощение.

«Качественное благоустройство — это инвестиция в долгий жизненный цикл про-

екта. Важно создавать пространства, которые не теряют актуальности со временем и остаются комфортными для жителей спустя годы. Именно долговечность решений — один из самых важных факторов при выборе дома сегодня», — подчеркивает Ольга Великая.

екта. Важно создавать пространства, которые не теряют актуальности со временем и остаются комфортными для жителей спустя годы. Именно долговечность решений — один из самых важных факторов при выборе дома сегодня», — подчеркивает Ольга Великая.

Оксана САМБОРСКАЯ

Данные недавно проведенного опроса ГК «Страна Девелопмент» рисуют любопытную картину: часто россияне знакомятся с соседями по жилому комплексу во время прогулок с собаками — каждая пятая новая соседская связь завязывается при непосредственном участии хвостатого друга.

В целом же большинство жителей домов так или иначе включены в коммуникацию: 30% общаются регулярно, 58% — время от времени, и только 12% полностью избегают контактов. При этом сценарии остаются максимально простыми — через детей (25%), через питомцев (20%) и в домовых чатах (23%). Почти каждый пятый (19%) впервые заговорил с соседом, встретившись во дворе или на прогулке.

Казалось бы, какая связь с архитектурой и благоустройством? Самая прямая: чтобы прогулка с собакой состоялась и переросла в разговор, во дворе должно быть удобно, безопасно и, главное, интересно задержаться. Если площадка для выгула представляет собой пустое огороженное пятно, люди разойдутся по квартирам; если же маршруты продуманы, есть лавочки, нормальное освещение, случайная встреча становится почти неизбежной.

Средовой сценарий

Сегодня девелоперы все чаще говорят, что жилой комплекс — это не набор квадратных метров, а сценарий жизни. Чем больше в нем естественных точек пересечения, от привычных маршрутов до площадок для выгула, тем активнее формируется соседское сообщество. Питомцы в этом смысле — действительно важный элемент городской среды: они снижают барьеры в общении. Но сами по себе они ничего не решают — решает среда, в которой этим питомцам и их хозяевам хочется находиться.

Один из примеров — ЖК «Републик» на «Белорусской» в Москве. Проект достался



Собака как социальный лифт

В новых ЖК люди знакомятся во дворах, а не в чатах

ГК «Страна Девелопмент» «с историей», но команда, по словам главного архитектора проекта Бахтиёра Мирзакаримова, подошла к нему как к возможности сшить городскую ткань заново. При переходе к стадии рабочей документации и строительства решения уточнялись, но изначальный мастер-план не пересматривали. Там была заложена идея «текущей реки» — водные объекты проходят через все благоустройство. Поэтому во дворе появились не просто дорожки и газоны, а пруд с навесами, где можно посидеть и поговорить, пока собака бегает, фонтаны-переливы, которые работают как естественный белый шум и мягко зонировуют пространство, и водная гладь, вынесенная именно в активные зоны для детских игр. Дети, питомцы и взрослые оказываются в одном дворе, но не мешают друг другу, — это как раз иде-

альная среда для того самого случайного разговора, с которого начинается соседство.

Баланс публичного и приватного

Достоин упоминания и прозрачное зонирование. Вдоль Пресненского вала идет открытый пешеходный бульвар шириной около 30 метров с амфитеатрами, малыми архитектурными формами и зонами отдыха. Этот бульвар доступен всем горожанам и, по замыслу, станет частью городского маршрута от «Белорусской» в сторону метро «Улица 1905 года». А вот внутренний двор представляет собой закрытую территорию только для жителей. Как рассказывает Бахтиёр Мирзакаримов, пешеходная часть сделана открытой для всех, и по пути можно спокойно зайти в любой из объектов культурного насле-

ИНФРАСТРУКТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО INFRA SPACE

ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ САММИТ 2026

СИЛЬНАЯ ИЗМЕНЕНИЕ РЕЛЬЕФА РОССИЯ

ЦЕНТР СОБЫТИЙ РБК | МОСКВА 3 ИЮЛЯ

sdkrussia.ru

КОМФОРТНЫЙ ДОМ ВМЕСТЕ С КНАУФ

Ремонт и отделка дома или квартиры с материалами КНАУФ — это комплексные решения любой дизайнерской идеи и строительной задачи.

www.knauf.ru

ООО «КНАУФ ИНТЕР»



СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

Оксана САМБОРСКАЯ

Центр Москвы полон парадоксов: площадь внутри Садового кольца велика, а свободных площадок почти нет. Новые участки возникают лишь точечно — на месте снесенных советских учреждений или бывших промышленных зон. В этой ситуации девелоперы все чаще обращают внимание на здания с историей: особняки, доходные дома, дореволюционные фабрики и советские НИИ — не только архитектурная память города, но и недооцененный актив.

Однако процесс непростой: сохранить здание зачастую дороже и сложнее, чем снести его и построить новый стеклянный объем. Почему же выбор все чаще делают в пользу реновации? И главное — как сделать его экономически эффективным, не превращая историю в муляж?

В поиске идентичности

Новый бизнес-центр удобнее: его планировку можно оптимизировать под любые нужды, инженерии заложить современную, а риски сделать предсказуемыми. Но у реновации есть неоспоримые преимущества.

Первое — местоположение: исторические здания почти всегда находятся в сложившейся престижной среде, где новое строительство либо запрещено, либо экономически нецелесообразно. «Рынок давно чувствует дефицит площадок в топовых районах, — отмечает управляющий директор «Товарищества Рябовской Мануфактуры» Алексей Алешин. — Реставрация старинных зданий в центре дает возможность создать проект высокого класса, который невозможно воспроизвести с нуля».

Второе — скорость. «Реновация выводит объект на рынок в 2-3 раза быстрее новостройки», — говорит коммерческий директор ГК DARS Дмитрий Софронюк. «Здание уже существует, требуется лишь капитальный ремонт, — добавляет коммерческий директор West Wind Group Елизавета Ильихина. — При этом капитал может оборачиваться быстрее, чем в новом строительстве». Это позволяет оперативнее запустить арендный поток и выйти на окупаемость.

Впрочем, реновация бывает разным — от легкого косметического ремонта до фактического возведения нового каркаса внутри старых стен. И скорость, и цена зависят от возраста здания, его технического состояния и охранного статуса. И единого мнения здесь нет.

Генеральный директор и основатель SouStone Егор Филимонов, чья компания специализируется на реконструкции объектов со значительным износом, приводит другие цифры: «Проведя серию анализов по запросу девелоперов, мы пришли к выводу: демонтировать и новое строительство дешевле и быстрее. В первую очередь из-за кредитного плеча: застройщику нужно обслуживать кредит, а более быстрый ввод в эксплуатацию сокращает срок до начала получения прибыли». По его наблюдениям, исключение — одноэтажные здания без подвала с высотой потолка от шести метров. Так что со сроками может повезти, а может и нет.

Третье — нематериальный фактор. Компании устают от стерильных «стекла и бетона» — им нужна идентичность. «Историческая ценность здания — это своего рода вклад в имидж бренда», — говорит Алексей Алешин, имея в виду компании, которые выбирают штаб-квартиры в перестроенных особняках. «Атмосфера места, его память могут нивелировать даже такие объективные недостатки, как удаленность от метро или неудобная парковка», — добавляет архитектор, основатель архитектурного бюро Pugachevich Studio, преподаватель МАРХИ Анастасия Пугачевич.

Камни преткновения

Путь реновации редко бывает гладким. Главный барьер — охранный статус. Если объект — памятник культурного наследия, менять нельзя почти ничего, каждое действие нужно согласовывать с органами



ИЛЬИХИНА/ВЕСТИ.МОСКВА/АГН/МОСКВА

Право на возраст

Старые здания в центре снова в цене

охраны. «Работа с ОКН сложна, длительна и очень специфична, — констатирует основатель Архитектурной мастерской DA Максим Долгов. — Начинаешь реставрацию — под землей археология, в стенах скрытые дефекты, и проект уходит в бесконечные доработки».

Самые сложные случаи — когда под охрану попадают не только фасады, но и интерьеры: историческая лепнина, изразцовые печи, рисунок паркета. Восстановить их можно, но встроить в современный офис или апартаменты, не нарушив требований пожарной безопасности, — головная боль. «Предметом охраны могут быть даже материалы перекрытий или тип кровли, — уточняет Анастасия Пугачевич. — Интеграция новой инженерии в старую застройку — огромная проблема. Где разместить наружные лестницы и пути эвакуации, не уничтожив историю?»

Не менее остро стоит вопрос технического состояния: старые здания строились под другие нагрузки — их перекрытия, балки, фундаменты не выдерживают современного оборудования или даже просто снеговой нагрузки на кровлю.

«Практика показывает: реконструкция почти всегда выходит для застройщика дороже и длится дольше, чем новое строительство, — говорит Егор Филимонов. — Почти на всех наших объектах плита покрытия кровли требует серьезного усиления». Внутри здания приходится делать дополнительные фундаменты и колонны, потому что существующие ригели не выдерживают нагрузок, требуемых девелопером. Круг подрядчиков, способных на такую работу, крайне узок, а цена их услуг заметно выше средне-рыночной.

Кто живет в старых стенах?

Портрет клиента проектов реновации в центре заметно шире, чем десять лет назад. Тогда основными обитателями отреставрированных особняков были банки, страховые компании и юридические фирмы. Сегодня — тоже они, но не только.

«Среди наших клиентов — финансовые структуры, организации, работающие с госконтрактами, юридические и консалтинговые фирмы, медицинские учреждения премиум-класса, — перечисляет Елизавета Ильихина. — Но есть и те, кто сознательно

ищет именно здания с историей. Многие здесь живут на эмоциях». С ней согласен Алексей Алешин: «Арендаторы выбирают малоэтажную застройку в центре с кафе, магазинами и камерной атмосферой. Для них важен комфорт сотрудников».

Особый пласт — креативные индустрии. «Представители дизайна, IT и современно искусства готовы платить за уникальную атмосферу, которую невозможно воспроизвести в типовом бизнес-центре, — замечает Максим Долгов. — Им нужен не просто квадратный метр, а идентичность места».

В жилом сегменте, по словам исполняющей обязанности коммерческого директора компании «Север» Марии Долгих, интерес к историческим зданиям взрывной: «С конца 2024-го до осени 2025 года количество запросов на квартиры в исторических зданиях увеличилось в среднем в 13 раз по нескольким российским городам, включая Москву. Покупатели ценят не только функциональность, но и атмосферу, историю и архитектурную выразительность района».

Технические лабиринты

Говорить о реновации, обходя тему инженерии и конструктивов, — все равно что обсуждать театр, не глядя за кулисы. А там, как правило, жесткий, нефотогеничный, но особенно важный труд. Лифты, вентиляция, кондиционирование, пожарные системы — все это нужно разместить внутри здания, которое ничего подобного не предусматривало.

«Интеграция в существующее здание новых конструкций и инженерии, отвечающей актуальным запросам пользователей, — одна из главных головоломок, — подтверждает Анастасия Пугачевич. — Правила пожарной безопасности нельзя игнорировать».

Креативный директор реализующей проекты полного цикла компании «Генпро» Евгений Зеленов приводит пример такой работы: в одном из проектов нужно было сохранить чуткие исторические колонны.

«Нам пришлось разрабатывать специальный красочный слой, который можно приравнять к негорючим материалам, чтобы помочь девелоперу получить разрешение на строительство жилого объекта», — рассказывает эксперт.

Со временем несущая способность балок, стен и перекрытий неизбежно страдает. «При реконструкции здания завода «Россельмаш» эпохи конструктивизма в Ростове-на-Дону состояние перекрытий было критическим, что потребовало серьезных работ по усилению, — рассказывает основатель архитектурного бюро BOHAN studio Дарья Туркина. — Аналогичная ситуация сложилась и с кинотеатром «Художественный»: кровля просто не выдерживала нагрузок, ее пришлось полностью переделывать. Оригинальные балки сохранили, но они теперь выполняют исключительно эстетическую, декоративную функцию».

Есть и экзотические сценарии. «Бывшие химические производства, лаборатории могут требовать обеззараживания, замены верхнего слоя почвы, рекультивации», — предупреждает Анастасия Пугачевич.

Сносить нельзя сохранить

При всех сложностях девелоперы и архитекторы все чаще выбирают сохранение. Хотя, по признанию многих, снос часто выглядит проще. «Проектировщики действительно часто предлагают снос как более простой и технически понятный сценарий, — признает Дмитрий Софронюк. — Но мы в ряде случаев сознательно выбирали сохранение. За счет более раннего запуска арендного потока удается выходить в целевую доходность».

Управляющий директор компании ТПТЛ Никита Деев-Анисимов видит обратную сторону: «Сегодня проекты со сносом — скорее исключение. Город заинтересован в максимальном сохранении исторической среды, и девелоперам приходится искать решения в рамках адаптации. Однако экономика таких проектов часто не сходится. Девелоперы отказываются от реализации, здания годами простаивают, постепенно приходят в аварийное состояние — и риск утраты объекта становится выше».

Мнения о том, можно ли масштабировать успех, расходятся. Максим Долгов категорично: тиражировать ГЭС-2 невозможно и не нужно: «Это работа мастерской Ренцо Пьяно (Renzo Piano) — такие вещи должны оставаться штучными».

Дарья Туркина согласна, но с оговоркой: подход, внимательный к деталям и пропорциям прошлого, тиражировать стоит. Евгений Зеленов добавляет, что таких проектов могло бы быть больше, если бы девелоперы перестали бояться сложности.

Реновация исторических зданий в центре перестал быть экзотикой, это не перестал быть вызовом. У него есть своя экономика, свои риски и свои герои — архитекторы и девелоперы, готовые изобретать технологии на ходу. За право сохранить город с историей они платят временем, деньгами и нервами.

«КОД ГОРОДА»

«Эффект Бильбао» по-русски

Центры притяжения иногда создают в самых неожиданных локациях

Марина ЮШКЕВИЧ

В России появляется все больше мест, способных в буквальном смысле изменить траекторию развития города. Это не всегда громкие сенсации, но их объединяет одно: они становятся новыми «магнитами» для туристов, драйверами экономики и поводом взглянуть на привычные места по-новому.

Самым масштабным примером такой трансформации можно считать создание четырех культурно-образовательных кластеров во Владивостоке, Калининграде, Кемерове и Севастополе. Этот мегапроект, инициированный президентом РФ в 2018 году, призван перераспределить культурные потоки и сделать искусство доступным по всей стране.

Первым свои двери распахнул филиал Третьяковской галереи в Калининграде. Здание-консоль от бюро «Меганом» само по себе стало архитектурной достопримечательностью, но оно — лишь часть большого пазла. Рядом открылся филиал РГСИ — Балтийская высшая школа музыкального и театрального искусства, а вскоре к ним присоединится и футуристичный филиал Большого театра с 80-метровой парящей консолью — один из самых сложных театральных объектов в мире. Неподалеку открылся музей «Планета Океан»; семь этажей, научные лаборатории и огромные аквариумы превращают музей в настоящий «корабль науки», усиливая привлекательность города как морских ворот страны.

Все эти проекты работают на опережение: они формируют принципиально новый имидж городов, создавая инфраструктуру, которая будет работать десятилетиями. Но, как показывает опыт последних лет, для преобразования города не всегда нужно ждать окончания грандиозной стройки. Иногда точкой роста могут стать фестиваль в умирающей деревне, частный парк или грамотно реконструированная набережная. В этом смысле разговор об «эффекте Бильбао» в его классическом понимании в России требует серьезной поправки на местные реалии.

Термин появился в конце 1990-х, когда музей Гуггенхайма (Museo Guggenheim) Фрэнка Гери (Frank Owen Gehry) за первый год привлек в испанский Бильбао 1,3 млн туристов, превратив депрессивный промышленный город в мировую точку на карте. Архитектурная икона сработала как мощный экономический драйвер. Но повторить этот успех один в один не удалось никому; со временем и инвесторы, и урбанисты пришли к выводу, что успех Бильбао был обусловлен не столько уникальностью здания, сколько стечением обстоятельств: масштабными вложениями в инфраструктуру и продуманной городской политикой.

В России тоже любят вспоминать «эффект Бильбао», но чаще всего имеют в виду не создание единственной иконы, а мягкое, но верное смещение туристических маршрутов и формирование устойчивой городской экономики через культуру и архитектуру. И примеров тому немало — от известных на всю страну до локальных, но не менее показательных.

Один из самых ранних российских примеров — парк Никола-Ленивец. В начале 2000-х художник Николай Полищкий начал работать с ландшафтом в обычной деревне, вовлекая в художественный процесс жителей. Тогда ни ленд-арт, ни паблик-арт как направления в России фактически не существовали, а сама территория представляла собой удающуюся деревню в глубине Калужской области. Первые масштабные инсталляции неожиданно привлекли внима-



СЕРГЕЙ ТИХОМИРОВ/ФОТОКОМ

ние профессионального сообщества и СМИ и задали новый способ разговора об искусстве вне городских институтов.

В 2006 году для закрепления интереса к территории был запущен фестиваль «Архстояние», со временем превратившийся в ключевой инструмент формирования устойчивого туристического потока, после добавилось еще четыре ежегодных фестиваля. «Сегодня Никола-Ленивец формирует устойчивую экономику целого района — это не только арт, но и рабочие места, гостиницы, кафе и сервисы», — отмечает директор арт-парка и продюсер фестиваля «Архстояние» Юлия Бычкова. Сейчас арт-парк занимает 650 гектаров, на туристических маршрутах размещено 50 объектов, ежегодно сюда приезжают около 250 тыс. гостей, работают 130 сотрудников.

Заметно изменилось в последнее десятилетие отношение и к маршрутам Краснодарского края. Открытый в 2017 году знаменитый парк «Краснодар», который все называют по имени его создателя Парком Галицкого, превратился в уверенную визитную карточку столицы Кубани, став достаточно весомым аргументом, чтобы сделать город, в котором в основном останавливались транзитные путешественники, ехавшие к морю, самоценной локацией, где можно задержаться на пару дней или специально приехать погулять. Точной статистики посещений парк не раскрывает, но в Японский сад, маленький фрагмент парка, куда пускают по билетам, ежедневно выдается 1,5-2 тыс. QR-кодов, которых всегда не хватает. За счет того, что в парке регулярно открываются новые и новые объекты и появляются арт-объекты, это достопримечательность не «на один раз» — в него хочется возвращаться, чтобы увидеть новые фрагменты и изменения.

Добавил привлекательности Краснодарскому краю и подъем винного туризма благодаря росту качественных не только в производстве, но и в эстетическом, архитектурном плане виноделен. Среди наиболее заметных — «Поместье Голубицкое» с арт-резиденцией и смотровой площадкой на крыше, гравитационная винодельня «Скалистый берег», где вино в процессе изготовления перемещается самотеком, семейное «Имение Сикоры», выпускающее до 300 тыс. бутылок в год, «Гай-Кодзор» с красивыми декоративными залами на холме. Винный

туризм не только «подтягивает» смежные отрасли — рестораны, гостиницы, логистику, образовательные программы, — но и формирует новые круглогодичные маршруты. Благодаря этому сезонные колебания сглаживаются: помимо летних отпусков туристы теперь приезжают в Краснодарский край как летом к побережью, так и осенью, в золотой период виноделия, на новогодние праздники и уикенды.

Менее масштабный, но показательный пример — Тула, где сработал аккуратный системный подход к переосмыслению центра города. В 2018 году по концепции бюро Wowhaus были реконструированы Казанская набережная у стен кремля — бывшая закрытая промышленная территория — и примыкающая к ней улица Металлистов, еще недавно находившаяся в функциональном вакууме. Пешеходные маршруты, общественные пространства и музейный квартал в исторических особняках запустили цепочку изменений: в центре стали открываться рестораны, магазины и культурные институции. Эффект оказался отложенным, но устойчивым. Тулу стали воспринимать как хороший «маршрут выходного дня»: если в 2021 году город посетили 538 тыс. туристов, то в 2024-м — уже более 900 тыс.

Один из самых ярких и показательных российских примеров того, как работает культурная трансформация без опоры на единственную знаковую локацию — Выкса, небольшой моногород с металлургической промышленностью, даже название которого лет 10 назад было мало кому известно. Отправной точкой трансформации стал фестиваль современного искусства «Арт-Овраг», запущенный в 2011 году (сегодня — «Выкса-Фестиваль») по инициативе фонда «ОМК-Участие», который создавался как инструмент изменения городской оптики для самих жителей, но повлек за собой рост интереса к городу, а с ним и туризма.

Позже на территории металлургического завода ОМК появился первый в России индустриальный стрит-арт-парк, масштабные граффити Алексея Луки, самый большой в мире мурал «Эволюция 2» Миши Most, а также работы по мотивам картин Эрика Булатова «Стой и иди» и «Амбар в Нормандии». Только в 2024 году выкушенный завод ОМК посетили более 4,4 тыс. человек. После провала ковидных лет турпоток восстановился и превысил докризисный уровень: в 2024 году

в городе побывало 69,3 тыс. туристов — на 10% больше, чем в 2019-м. Сейчас город создает уникальный «Шухов парк», ожидается, что с его завершением после 2029 года поток превысит 160 тыс. человек в год.

Самым свежим и действительно успешным примером создания новой, меняющей экономику, а главное — имидж города достопримечательности стал городской курорт «Притяжение» в Магнитогорске. Стартовый объем частных инвестиций составил 25 млрд рублей, что сопоставимо с крупнейшими федеральными проектами благоустройства. Ключевым инвестором и инициатором проекта стал председатель совета директоров Магнитогорского металлургического комбината Виктор Рашников.

Первая очередь «Притяжения» открылась в 2022 году, и с этого момента парк-курорт площадью 400 гектаров зафиксировал уже более 7,3 млн посещений, а только в 2025 году — 2,5 млн (при населении города около 408 тыс. человек). В отдельные дни «Притяжение» работает как настоящий городской «магнит» — так, в День металлурга 19 июля 2025 года здесь было зафиксировано 132 тыс. посещений за сутки, а в дни январских праздников 2026 года — свыше 75 тыс. Причем это не только жители Магнитогорска, в парк приезжают жители окрестных уральских городов на выходные и праздники. Город стал рассматриваться как туристическая локация, чего никогда прежде не было.

Проект оказался серьезным драйвером комплексных изменений в городе: здесь создано более 2 тыс. новых рабочих мест, высажено свыше 2,5 млн растений, благодаря «Притяжению» увеличены мощности городской инфраструктуры, появились новые транспортные маршруты. Показательно, что по итогам 2025 года Магнитогорск впервые вошел в топ-20 городов России по качеству жизни.

В буквальном смысле «эффекта Бильбао» — с одной архитектурной иконой, мгновенно переопределяющей судьбу города, — в России так и не случилось. Наверное, это и неплохо, потому что любые сенсации у нас принято быстро забывать. Зато сложилась своя, сложная, но вполне рабочая модель, в которой объединились длительная культурная политика, работа с локальной идентичностью, вовлечение жителей, последовательные инвестиции. И хорошая архитектура, беспорно.