



Круглый стол

НЕДВИЖИМОСТЬ И СТРОИТЕЛЬСТВО
П Е Т Е Р Б У Р Г А

Подготовила **Евгения ИВАНОВА** jenny@nsp-inform.ru

«Девелоперов нужно воспитать»

Редакция «НП» и Совет по экологическому строительству RuGBC провели «круглый стол» на тему «Зеленое строительство — лозунг или бренд?». Участники дискуссии рассуждали о том, можно ли использовать приставку «эко» для продвижения жилых и коммерческих объектов, какую роль в этом играют международные сертификаты и как тему экологии понимают покупатели.

Дмитрий КОЛОСОВ:
— Очень важно понять и сформулировать, с каким посланием мы выходим на рынок? Что значит «зеленые дома»? Что значит «зеленая среда», которую мы предлагаем потребителям?

Гай ИМЗ:
— Как эксперт могу сказать, что настоящие «зеленые» проекты — те, у которых есть международные или российский сертификаты.

Елена ВАЛУЕВА:
— Мы исследовали отношение российских СМИ к теме экологии. С 2009 по 2013 г. количество публикаций с упоминанием слов «экодевелопмент», «экологическое строительство», «зеленое строительство» постоянно росло. Так, 2013-м их было больше 6000, а в 2009-м — всего 350. По количеству упоминаний BREEAM и LEED виден восходящий тренд. Практически 80% публикаций приходится на специализированные СМИ о недвижимости, однако эта тематика постепенно появляется в деловых (17% материалов) и даже в глянцевых изданиях. Например, в приложении к «Ведомостям» «Как потратить», где пишут про товары премиального сегмента, в феврале вышла публикация и по нашей теме под названием «Зеленые стройки».

Нам нужно более развернуто говорить об экодевелопменте в интересном для СМИ ключе. Показывать, какие выгоды получит потребитель при проживании в «зеленом» объекте. К примеру, когда на одном из мероприятий мы сообщили, что в «Триумф Парке» запретят курить, вышло сразу с десятком публикаций. А то, что мы получили сертификат BREEAM, оказалось весьма слабым инфоповодом.

Мы проводили анкетирование среди наших покупателей, тех, с кем уже заключены договоры. Выяснилось, что в течение года уровень информированности людей об экологическом строительстве вырос на 8%.

Евгения ИВАНОВА:
— Покупатели, приходя к вам, уже знают о вашем сертификате BREEAM или это становится для них сюрпризом?

Елена ВАЛУЕВА:
— Для некоторых это определяющий фактор, а для других — третий-четвертый после цены, расположения и планировок. По нашим данным, что-то уже читали или слышали о сертификате порядка 30% потенциальных покупателей.

Евгения ИВАНОВА:
— Комплекс Scavery строится на Шпалерной улице. Интересует ли клиентов тот факт, что он претендует на золотой LEED, или они приходят из-за удачной локации?

участники «круглого стола»

Гай ИМЗ, генеральный директор RuGBC	Дмитрий КОЛОСОВ, региональный директор RuGBC	Сергей ЦЫЦИН, генеральный директор, главный архитектор Архитектурной мастерской Цыцина	Елена ВАЛУЕВА, директор по маркетингу Mirland Development Corporation	Ян ФЕЛЬДМАН, заместитель генерального директора по маркетингу компании Scavery	Александр СВИНОЛОБОВ, директор по развитию ООО «ЭнСиСи Недвижимость»
Юлия ГУЛЯК, начальник управления по проектированию проекта «Лакта-центр»	Кристина НИКИТИНА, PR-директор O2 Development	Артем ЗУБЕНКО, ведущий специалист АН «Мир квартир. Элит»	Евгения СЕМЕНОВА, ведущий эксперт системы добровольной экологической сертификации «Листок жизни», Санкт-Петербургский экологический союз	Евгений ТЕСЛЯ, эксперт Green Awards, директор департамента энергоэффективных и экологических решений и технологий «БИУРО ТЕХНИКИ»	Феликс ЗБОРОВСКИЙ, генеральный директор ООО «Проминвестгрупп»
Евгения ИВАНОВА, модератор, журналист «НП»					

Ян ФЕЛЬДМАН:
— Люди не понимают, что это значит и что даст им. Есть общее представление, что наличие сертификата как-то отразится на коммунальных платежах. Поэтому наша цель — объяснять клиентам, зачем нужна такая бумага и какие преимущества дает.

Александр СВИНОЛОБОВ:
— Наш потребитель, конечно, не спрашивает: «Есть ли у вас сертификат?» Скорее, это некая фишка, которая ему нравится. Разумнее идти от обратного: сначала рассказать про все технические аспекты объекта, а потом сообщить, что у нас есть международный сертификат, который все это подтверждает.

Сергей ЦЫЦИН:
— «Зеленое» строительство, безусловно, завоевывает свою нишу, особенно в Москве. Профессиональному сообществу очевидно, что офисным центрам необходима сертификация. Что касается жилья, уже есть примеры сертифицированных объектов, но это явление пока не стало массовым. Говорят, нужно убедить клиентов покупать. Я считаю, это могут сделать маркетологи. Самое главное — работать с девелоперами, которые пока не прониклись идеями «зеленого» строительства, нужно воспитать в них желание делать хорошие вещи.

Юлия ГУЛЯК:
— Перед нами не стоял вопрос сертифицироваться или нет, мы обязательно будем это делать. В первую очередь — чтобы под-

держивать имидж ответственного инвестора. Что касается пользы от сертификатов... Мы не станем продавать наш объект, вряд ли будем сдавать его в аренду. Но сертификация определенно приводит к росту капитализации объектов и повышению арендных ставок на 10–15%.

Кристина НИКИТИНА:
— Когда люди узнают, что наш проект проходит сертификацию, то очень удивляются. Затраты на экологические решения не ассоциируются с экономичным строительством. И вообще в умах многих экология — это обливание шуб краской или не есть мясо. Людям кажется, что «зеленые» технологии — это дорого, что они применимы только на Западе. Нужно, чтобы в жилищном строительстве экодевелопмент стал такой же нормой, как и для коммерческой недвижимости.

Артем ЗУБЕНКО:
— Для рядового покупателя LEED и BREEAM — незнакомые слова. Что это такое, знают единицы. Для обычного клиента экология — это комфорт. Люди, как правило, интересуются видом из окна и технической начинкой здания. С коммерческой недвижимостью все действительно проще: сертифицированные объекты привлекают иностранные компании и крупных игроков, которые хотят позиционировать себя как причастных к экодвижению.

Евгения СЕМЕНОВА:
— «Зеленое» строительство — не только теплые полы и экономия на квартплате. Это краска, не выделяющая вредных веществ, безопасные окна, обои и побелка. Все это очень важно, в том числе и для PR.

Сергей ЦЫЦИН:
— Нужно рассказывать человеку, что он может жить в здоровом доме, в котором

не выделяются вредные вещества, провоцирующие онкологию. Это сильный маркетинговый ход.

Евгений ТЕСЛЯ:
— Очень важно популяризировать тему среди девелоперов, чему, в частности, способствует наш конкурс Green Awards. За четыре года мы рассмотрели 84 объекта, число участников с каждым годом растет.

Профессионалам нужно, к примеру, объяснять, что загородный экопоселок на самом деле не такой экологичный: ведь когда домовладелец поедет на работу на автомобиле, он будет загрязнять окружающую среду.

Феликс ЗБОРОВСКИЙ:
— Использование экологических материалов и другие меры, которые мы предпринимаем, чтобы соответствовать LEED, удорожают строительство. Городские структуры должны поощрять компании, работающие по экостандартам.

Сергей ЦЫЦИН:
— Есть разные уровни погружения в тему, и затраты растут пропорционально этой глубине. Однако есть много серьезных мероприятий, практически не влияющих на стоимость проекта и при этом очень эффективных. К сожалению, у нас до сих пор ощущается острый дефицит знаний и навыков на всех этапах реализации проектов — от проектирования до эксплуатации.

Удорожание проекта в зависимости от уровня сертификации по LEED

Уровень сертификации	Процент от стоимости проекта
Базовый	Менее 1
Серебряный	Менее 2
Золотой	3-7
Платиновый	Боле 10

По данным Архитектурной мастерской Цыцина

ПРОВЕРИМ АРХИТЕКТУРУ ГАРМОНИЕЙ

Архитектурная мастерская Цыцина
www.arhmc.ru

Архитектурная мастерская Цыцина

Генеральное проектирование
Градостроительство
Инженерные сети
«Зеленая» сертификация

тел./факс:
(812) 273-3361
(812) 273-6880

191123, Санкт-Петербург
ул. Рылеева, 6, пом. 9-Н

www.arhmc.ru

реклама

«НП» ДОСЬЕ

В мире существуют около 30 международных систем сертификации «зеленых» зданий, самые популярные — американская LEED и английская BREEAM. Первая больше внимания уделяет энергоэффективности, вторая — вопросам экологии.

У LEED (Leadership in Energy and Environmental Design, Лидерство в энергоэффективном и экологическом проектировании и строительстве) есть несколько уровней: базовый, серебряный, золотой и платиновый. По стандарту LEED строятся ключевые объекты в Сколково. В Петербурге в соответствии с требованиями золотого LEED возводятся жилой комплекс Scavery на Шпалерной, 51, бизнес-центр «Эко-Статус» на Лиговском пр., 140 и пр.

У BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method, Методика экологического обследования и оценки зданий) — пять уровней сертификации: базовый, хороший, очень хороший, отличный и выдающийся. По стандартам BREEAM возведены олимпийские объекты в Сочи. Единственный сертифицированный BREEAM жилой комплекс в Петербурге — «Триумф Парк» компании Mirland Development. Получить BREEAM также рассчитывают компании NCC (комплекс «Шведская корона») и O2 Development («Силы Природы»).