

Номинация: Авторская колонка

Название СМИ: Arendator.ru

Название статьи: «PRO «Мега Теплый стан». Общие грезы девелоперов и обывателей»

Автор: Рогулин Игорь, Катерина Семихатова

Ссылка: <https://www.arendator.ru/articles/157788-pro-mega-teplyj-stan-obcshie-grezy-developerov-i-obyvatelej/>

Задумывались ли вы, когда именно у нас в обществе случился потребительский приход? А сытые родители, которые каждые выходные водят шаловливых отпрысков в развлекательные центры в грандиозных моллах — это благословение для детей или проклятье? Шопинг как досуг по выходным — это то, ради чего стоит ходить на работу?

Сдается мне, что московский потребительский бум напрямую связан с появлением в Москве "Меги". В 2002 году открылась первая из трех — в Теплом Стане. За два года до этого москвичи и гости столицы познали счастье тогда еще дешевой простоты от "Икеи". Москвичи говорят, что именно в это время стали колоситься первые настоящие московские пробки: машины купили все, кто захотел. В любом случае "Меги" в Москве — это начало новой эпохи и коммерческой недвижимости, и обывательской активности, на котором выросло целое поколение и тех, и других.

2002-й был годом больших открытий торговых центров Москвы. Именно тогда в одно время заработали "Рамстор-Сити", который сейчас называется "Капитолий Ленинградский" площадью 72 тыс. кв. м, "Атриум" площадью 103,5 тыс. кв. м и, наконец, с эффектом разорвавшейся бомбы открылась "Мега Теплый стан" площадью 180,5 тыс. кв. м и арендопригодной — 157 тыс. кв. м. Никогда ранее в Москве (да и во всей России) никто ничего подобного не строил!

Девелоперы, как это ни странно может прозвучать, тоже люди, и ничего человеческого им не чуждо: и у них есть мечты. С того памятного года девелоперы Москвы и России поделились на два лагеря: кто-то бредил "Атриумом", а кто-то грезил "Мегой".

Чем "Мега" так взорвала мозг среднестатистического девелопера нашей страны? Она выступила настоящим новатором на рынке торговой недвижимости и очень многое сделала впервые:

- первой построила ТРЦ за МКАД,
- первой построила действительно огромный ТРЦ,
- первой построила ТРЦ по схеме "гипермаркет+ DIY + галерея магазинов+ кинотеатр + фуд-корт",
- первой сделала ТРЦ в один этаж,
- первой сделала ТРЦ выходного дня,
- первой сделала каток в главном атриуме,

— первой сделала потолок в магазине восемь метров, что открывало возможность второго этажа или антресоли, хотя этим воспользовались немногие.

Мы с моей любимой женой Катериной Семихатовой начали писать статьи про торговые центры в 2010 году, и с самого начала мне очень хотелось написать именно о "Меге". У меня даже была такая задумка: пропеть дифирамбы "Икее" о том, как она прекрасна и удивительна, а про все остальное не писать вообще... потому что в Москве есть еще два ТРЦ с названием "Мега"!

И вот наконец-то спустя СЕМЬ лет мы добрались до воплощения нашей журналистской мечты. За это время у нас родились двое детей, и старший уже пошел в школу. И как часто бывает с тем, о чем слишком долго мечтаешь... Ты перегораешь. Так и с этим обзором: написать толком не получалось — у меня сплошные переговоры и экспертизы торговых центров по всем городам и весям, у Катерины вал проектов как в пиаре (даже подготовка кинофестиваля научно-популярных фильмов о воде), так и в дизайне. Поэтому мы, взмыленные, примчались на прошлой неделе из разных мест в "Мегу" в понедельник в 8 вечера. И Катерина сразу начала примерять зимнюю обувь, а потом сказала, что нужно для проекта что-то посмотреть в "Икее". Весь мой пафос разбился о быт. И "Мега", и "Икея" были безлюдны, прилавки опустошены в "Черную пятницу".

В "Меге" не было ходовых размеров, а в "Икее" не было креплений для карнизов. Дизайнер интерьеров Катерина держала черную "палку" и белые кронштейны к ней и на полном серьезе собиралась повесить их вместе, приговаривая, что можно же покрасить, чтобы не ехать потом за серебристыми. С трудом отложила затею и покупку. Когда открывалась "Мега" и "Икея" все было не так. Незачет!

Название. "Мега" — потрясающее название для чего-то очень-очень-очень большого, например, сети ТРЦ. Второе слово в названии говорит про место. По-шведски просто и конкретно. Зачет! Представляю, как шведы ставили задачу по названию: "Э-э-э... нужно короткое слово, э-э-э... не длиннее, чем э-э-э... "Икея".

Место. Пересечение МКАД и Калужского шоссе. Заезд с внешней стороны МКАД и с левой-утренней стороны Калужского через эстакаду. Пересечение кольцевой и радиальных автомагистралей — всегда отличное место! Зачет! Правда, последние 15 лет там постоянные реконструкции дороги, а сейчас въезд из центра по Калужскому шоссе закрыт.

Парковка. Вокруг здания она наземная и частично подземная на 8780 машиномест. Со стороны МКАД она смотрится просто бесконечной! Зачет!

Концепция. Я знаю как минимум двух уважаемых человек, каждый из которых уверял меня, что именно он придумал концепцию "Меги": Максим Карбасникофф из Jones Lang Lassale (сейчас JLL) и Хокан Карлссон из "Центрумутвеклинг". Кто бы ни был автором, а концепция получилась замечательная, с круговым движением между якорями. Все в один этаж, что дает практически стопроцентную проходимость вдоль магазинов галереи. Зачет!

Якоря:

"Икея". Площадь 34 тыс. кв. м. Мне как маркетологу очень нравится любимый вопрос владельца "Икеи" Ингвара Кампрада, обращенный потенциальному покупателю: "Сколько вы за это можете заплатить?"

Как бывшему коммерческому директору, который продавал итальянскую мебель и предметы интерьера, мне очень нравятся интерьеры комнат и целых квартир.

В качестве потребителя мне очень нравится, что хороший дизайн при массовом производстве дает доступную цену продукта и от этого все в выигрыше.

А как специалисту по коммерческой недвижимости очень нравится создаваемый "Икеей" поток покупателей.

Но лучше дизайнера интерьера про "Икею" не скажешь. Для соловьиной песни слово предоставляется Катерине Семихатовой: "Хотя первая "Икея" открылась двумя годами раньше в Химках, а не в Теплом Стане, но раз уж заводить разговор о ней, то сей погрешностью можно пренебречь.

Итак, помните ли вы, когда впервые оказались в "Икее"? А я помню даже момент, когда я о ней узнала. Я помню даже статью в "Афише", в красках и лицах описанный коллективный восторг молодой семьи автора, который выплескивался на меня со страниц журнала. Я даже помню, где я ее читала, момент, день недели, час. Невероятно, но мой собственный восторг относительно "Икеи" с годами не только не угас, но многократно увеличился. Когда в очередной раз иду по ее лабиринтам, я каждый раз искренне удивляюсь: как, ну как вообще сводят концы с концами другие магазины? Ведь никто даже близко не смог создать ничего подобного. Самое фантастическое — это "квартирки". Те самые квартирки, в которые играют девочки в детстве, здесь устроены в полный рост с красивыми вещами, которые заботливо разложили дизайнеры на своих местах, будто почти такие же люди, как вы сами, но только с безупречным вкусом, вышли из этого своего дома минутой назад.

"Икея" давно разделила заказчиков (моих, по крайней мере) на тех, кто готов жить в ее вещах, и тех, кто видит в этом исключительно масскультуру и всячески отстраивается от нее. Но обороты российских магазинов, которые бьют рекорды по отчетам в транснациональной корпорации, доказывают, что первых — легионы. Я видела потрясающе интересные интерьеры дизайнеров (их собственное жилье), собранные из "Икеи". При этом непосвященному человеку никогда бы не пришло в голову, что все это оттуда. По роду работы ассортимент "Икеи" я знаю практически наизусть с ценами и размерами. И должна признать, что нынешняя частая смена ассортимента мне не очень по душе. Какие маркетинговые рычаги за этим стоят, вполне понятны. Но в погоне за постоянными переменами и new look'ом теряются привычные добротные вещи. Например, одним из достоинств "Икеи" являются базовые вещи, которые можно купить у них еще раз, заменив, испорченные детьми, кошками или переездами. Жаль, но безвозвратно почтили прекрасные раскладные диваны и кресла на деревянном каркасе с удобной

высокой спинкой (по 5,5 тыс. рублей), темно-синие вольтеровские кресла (сначала по 6 тыс. рублей, потом по — 12 тыс.), круглые матрасы и добротные коричневые низкие комоды. Я могу продолжать по памяти еще долго. От таких больших историй, как "Икея", ждешь стабильности. Впрочем, несколько лет назад человечество (простите за высокопарность) вступило в эпоху постоянных обновлений, которые случаются без спроса. Кому-то (см. теорию заговоров) кажется, что подавляющему большинству жителей Земли нравится все время что-то менять перед глазами. Да есть такое научное заключение, что при соприкосновении с новизной в человеческом мозгу выделяются вещества, отвечающие за удовольствие. Факт? Факт. Исследований, что выделяется у человека в голове, если без спроса обновляется его телефон в командировке или если появился новый знак "кирпич" на привычной дороге, или если невозможно купить дверцу к старому шкафу, который сложно поменять, или если полки в гипермаркете поменяли местами, не проводились аппаратами магнитно-резонансной-томографии. Полагаю, что простраивание новых нейронных связей в голове — это штука полезная, спасает от болезни Альцгеймера, по слухам. Но в реальности раздражает сильно. И меня в том числе. "Икея" в угоду как бы спросу сменила парадигму несколько лет назад и стала менять парк своих предметов слишком радикально, и это, мне кажется, не есть хорошо.

Однако наблюдать людей в "Икее" не менее интересно, чем вещи. Где еще в очереди в кассу можно встретить усталые и счастливые поцелуи пар, как после сами знаете чего? Причем одну за одной. Так и вижу их мысли бегущей строкой: "Мы смогли это все выбрать и выжили". Или вот еще: такое количество беременных, как в "Икее", на душу населения можно встретить только в женской консультации. Помню, как мне казалось, что все беременные Москвы ходят по "Икее", когда была сама в положении. Теперь мне кажется, что туда ходят только с детьми...

Вещи "Икеи", с одной стороны, до 100% узнаваемы, с другой, они просты, оригинальны, функциональны и безопасны. И совершенно не случайны. Вопрос: что автор этим хотел сказать, — не только про сочинения. В великом искусстве и в успешной торговле "Икеи" случайностей не бывает. Для того, чтобы что-то начало продаваться под этим брендом, проходит два (!!!) года испытаний и согласований. "Икея" давно уже не самый дешевый, но, безусловно, самый простой и приятный способ обставить дом. В "Икее" нет гадких вещей и поэтому, если вы не прирожденный стилист, то здесь можете быть уверены, что никакую "каку" не подцепите. Что не скажешь о других больших и дешевых магазинах (да и о дорогих, кстати, тоже). Ведь в дизайне цена — не гарантия красоты.

Из разговора об "Икее" с коллегами по цеху вспоминается человеческое отношение к человеку (редкое явление в беспощадном мире проектирования и стройки): можно было наливать самому любой соус на хот-дог и неограниченное количество кипятка и кофе. Само кафе "Икеи" — это первая большая столовая дешевой и хорошей еды с прекрасным дизайном в разделенной на удобные зоны площади с детской игровой зоной. То, что сейчас считается само собой разумеющимся, впервые появилось или запомнилось здесь. "Икея" подкупает своим вниманием к мелочам и бытовым удобствам, которые источает и сам магазин, а не только вещи: детские низкие умывальники в туалетах, большие

туалетные комнаты для мамы с ребенком с горшками и салфетками, кофе и кипяток, которые можно наливать бесконечно, карандаши и сантиметры на каждом повороте. Я считаю, что именно таким и должен быть проект квартиры для жизни: комфортным, легким, оригинальным, функциональным, внимательным к потребностям всех обитателей. Неудивительно, что люди приходят в то место, где их уважают и думают, чтобы им было хорошо".

Гипермаркет "Ашан". Площадь 22,8 тыс. кв. м. Бесспорный якорь, хотя я был в той "Икее" раз сто, а в "Ашане" — не больше двух. Потому что сорок километров до "Икеи" — это не расстояние, а сорок километров до гипермаркета — это очень далеко! Ой, я опять про "Икею"...

DIY Obi. Гипермаркетстроительных материалов. DIY переводится как "сделай сам — do it yourself" (хотя известно, что лучше сделает специалист). Площадь — 17,7 тыс. кв. м. Это отдельно стоящее здание. Беды в этом никакой нет, потому что DIY — это целевая покупка. Наверное, в данной ситуации с Obi не успели договориться.

Stockmann. Двухэтажный Stockmann. Я бы стихи писал, если бы от этого хороших классических универмагов становилось больше. Но, к сожалению, в России их мало, и в текущей экономической ситуации они вряд ли появятся. Очень жаль, ведь именно такие универмаги являются основными якорями в больших ТРЦ. У Катерины со Stockmann связана своя дизайнерская история. Она очень любит их отдел посуды и домашних вещей. На самом деле, именно там есть замечательные по качеству пуховые подушки и постельное белье.

Галерея. Здесь все или почти все: Marks&Spencer, вся семья Inditex, включая Massimo Dutti, Uniqlo, Benetton, Reserved, Lefties, Lady&Gentleman City, Banana republic, DeFacto, Gloria Jeans, Michaella, а также много обуви, аксессуаров, белья и другого. А вот H&M почему-то нет. Ну, будем надеяться, что одни шведы смогут договориться с другими.

Спорт представлен расширенным составом по сегодняшним меркам: "Спортмастер", Adidas, Nike, Reebok, Helly Hansen, Street beat и Super Step.

Детские товары: "Детский Мир", Mothercare, Gulliver, Kanz и детская площадка собраны между главным атриумом с фуд-кортом и кинотеатром. При такой компоновке длина маршрута с ребенком от фуд-корта мимо детской площадки и детских магазинов до кинотеатра — не более 500 метров, что, конечно, очень удобно.

Гипермаркет электроники "М.Видео" работает в том же формате, несмотря на рост продаж online, о котором сейчас не говорят только глухонемые. Катерина Семихатова недавно слышала по радио интервью с врачом, который сказал, что глаза — самое дорогое, что есть у человека, поэтому если вы выбираете между дорогими трусами и лучшим монитором, то не портите зрение и купите монитор!

Фуд-корт собрал весь цвет фаст-фуда и фаст-кэжуала: McDonalds, "Бургер Кинг", KFC, "Теремок", "Крошка Картошка", "Папа Джонс", "Воккер" и другие, но отдельно стоящий Subway затмил всех подвесными креслами и оригинальными стульями в виде Эйфелевой башни.

Кинотеатр "Синема парк". 15 залов, включая IMAX. Кинотеатр на первом этаже — это также необычно, как и лучший фильм 1997 года "Титаник", который снова идет в прокате.

Главный атриум — центральное и самое светлое место — претерпел большие изменения. Раньше тут был каток и довольно нудная поляна из столов и стульев фуд-корта размером с футбольное поле. Теперь здесь этакая выставка современного дизайна: все разнообразно, замысловато и качественно: от эко-стиля со спилами до футуристических декораций с люминесцентной подсветкой.

Вместо катка в самом центре — милая детская площадка с мягким полом, на который можно без опаски падать, а вокруг масса разнообразных местечек, где можно посидеть (особенно смешно там выглядят спящие мордой в стол маргиналы в понедельник вечером, но дизайн-эффект так силен, что храпуны не портят пейзаж).

На новой дизайн-поляне нашлось место кооперативу фермеров LavkaLavka. И все это вместо прежнего унылого замызганного фуд-корта. Заметный результат реконструкции ТРЦ. Зачет!

После этого об остальном дизайне "Меги" можно и не говорить: впечатление и так уже достаточно сильное. А ведь уровень остальной отделки — проще некуда. Дешевый керомогранит трех цветов на полу. Все, что выше витрин, — просто белого цвета. По-шведски — ничего лишнего.

Мне всегда нравилось большое количество естественного света в "Меге". Не знаю, в энергосбережении ли дело в данном случае. Но натуральный свет всегда богаче электрического. Стеклопанельная крыша с гигантскими листиками в главном атриуме и окна в различных местах сверху с лихвой компенсируют отсутствие архитектуры как таковой: ведь само здание — просто сэндвич-панель. Зачет!

Ширина проходов "Меги" — 10 метров — позволяет поставить торговые острова, диваны, большие кадки с деревьями и сохранить движение покупателей в обе стороны. Как это ни странно, но в проходе есть перепад высотой 60 сантиметров (или четыре ступеньки), с легкостью обыгранный пандусом для тележек. Зачет!

Кстати, раньше в "Меге" были пальмы, и кому-то это давало ощущение праздника в тропиках. Хорошо, что их просто убрали, а не поменяли на матрешки или медведей с балалайками, потому что пластиковые пальмы и муляжи медведей с балалайками — вещи одного порядка.

Туалеты. Три штуки. Они просто есть. Ничего, кроме темно-темно-серых стен и пола с белыми кабинками с сантехникой, там нет.

Megacard. Хорошая вещь, которая объединяет участников в единую систему, где начисляются баллы от суммы покупки. Зачет! К сожалению, эту маркетинговую программу поддержали не все магазины.

Журнал "Мега style". Осенний выпуск. Классный промоход! Наверное, еще и денег принес! Рубрики: "Модный гид", "Мода в деталях", "Умный шопинг", "Интервью и фотосессия с певицей Юлией Карауловой", "Модные сочетания", "Правила шопинга", "Удачная покупка" и "Ваш дом". Очень симпатично и практично! Зачет!

Wi-fi. Эта такая мелочь, но когда он есть, то это просто удобно и современно. Зачет! А можно скачать мобильное приложение "Мега", где легче найти свой любимый магазин, чем рассмотреть его в напечатанном путеводителе.

В этом месте обычно я подвожу итог о том, чем запомнился мне торговый центр. Чем запомнилась "Мега"? Именно с появлением "Меги" в Москве стали рекламировать шопинг как досуг. Это повлияло на нашу жизнь, привычки и разговоры, как к этому не относиться. Взрослые и дети стали мечтать о выходных в торговом центре, как и девелоперы — построить свою "Мегу" у большой дороги и расслабиться навсегда.

Любите ли вы торговые центры как люблю их я?!)

P.S. Вспоминаю как мы с Катериной путешествовали по Швеции. Перед поездкой мы знали про эту страну много всего. Объездив Швецию вдоль и поперек, полюбили ее и поняли, что это страна всего трех явлений: АВВА, Volvo и "Икеи".