



ЕЛЕНА ФЕДОТОВА,
РЕДАКТОР GUIDE «ТЕРРИТОРИЯ КОМФОРТА»

ПОЛЕТЫ НАЯВУ

Тому, кто хоть раз был в новом аэропорту Пулково, наверняка есть что рассказать. Вот и мне тоже. Прежде всего, поражает зона паспортного контроля. Она похожа на полосу отчуждения и железный занавес одновременно. Никаких тебе прозрачных перегородок, воздуха, света и перспективы. Глухой коридор, серая стена за спиной, серые стены кабинок, два шага вперед... Кажется, сейчас за тобой раздастся скрежет запирающегося замка. Но в это волшебное место надо еще попасть. Я наблюдала толпы раскрасневшихся женщин с детьми и разъяренных мужчин, метавшихся от двери к двери в ожидании, когда таможня даст добро. Как водится, открылись не все имеющиеся двери, а лишь одна, где моментально образовался затор. Люди нервничали, ругались, ко-стерили сотрудников аэропорта — в общем, картина, достойная эпохи дефицита. Вдобавок сломалась система доставки багажа. Лента транспортера остановилась, и девушки-регистраторши начали разгребать монбланы огромных чемоданов своими тоненькими ручками. Потом, в ожидании, когда система восстановится, пришлось полчаса сидеть в самолете. Люди с билетами на стыковочные рейсы волновались и терзали стюардессу вопросами. Обнаружились и «досадные мелочи»: например, вырванные с мясом держатели для туалетной бумаги и покореженные накладки сливных устройств. Может, мне не повезло особенно, но спуститься на лифте на первый этаж не получилось: все его ждали, а он не приехал. Видимо, табличку о поломке повесить забыли. Может, и вопрос я задала дурацкий, и не для того там милиционеры стоят, но про то, где тут лестница, страж порядка не знал. Захотелось просто перемахнуть через прозрачное ограждение и прыгнуть вниз. Потом оказалось, что эскалатор находится в двадцати метрах от человека в форме. Поменять деньги можно было только в одном-единственном окошке. Поставив в очереди, само собой. Но вот, наконец, бизнес-лаунж: удобные кресла спрятаны подальше, в отгороженном пространстве — неприязательные столики со стульчиками, как в столовой пионерского лагеря. Пришлось утешаться плавленным сырком и чаем из паке-тика. «Сегодня так много народу...» — объяснила любезная девушка из обслуживающего персонала.

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ПОПАСТЬ В ТЕМУ НАСЫЩЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ ЗАГОРОДНОГО ЖИЛЬЯ ЗАСТАВЛЯЕТ ДЕВЕЛОПЕРОВ ИСКАТЬ НОВЫЕ НИШИ НА ЭТОМ РЫНКЕ. ОДНОЙ ИЗ ТАКИХ НИШ МОЖЕТ СТАТЬ ТЕМАТИЧЕСКИЙ КОТТЕДЖНЫЙ ПОСЕЛОК. ВПРОЧЕМ, У УЧАСТНИКОВ РЫНКА МНЕНИЯ О ПЕРСПЕКТИВНОСТИ ТАКИХ ПОСЕЛКОВ ДИАМЕТРАЛЬНО ПРОТИВОПОЛОЖНЫЕ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Сегодня коттеджные поселки, в основе концепции которых лежит идея, объединяющая определенную группу людей, появляются на рынке достаточно редко, говорят эксперты. «Если принять за тематический загородный поселок любой проект, реализованный в едином архитектурном стиле, то к подобным поселкам можно будет отнести половину проектов, представленных на рынке, — полагает Екатерина Бармашова, ведущий аналитик АН «Итака». — Если же рассматривать только проекты с уникальной оригинальной концепцией, таких в сегменте не более пяти процентов. На мой взгляд, в числе нестандартных проектов можно отметить Noteburg в Шлиссельбурге и „Уварово“ в поселке Колтуши».

С ней согласен и Арсений Васильев, генеральный директор компании «Унисто Петросталь»: «Можно оценить долю таких проектов в общем объеме загородного строительства приблизительно в три-четыре процента».

ТИПИЧНОЕ ДОМИНИРУЕТ Аналитики отмечают, что сейчас на рынке загородного жилья преобладают типичные решения — оригинальные концепции реализуются в основном на локальных капиталоемких рынках. Актуальный, выдержанный в едином ключе архитектурный стиль, специфическое позиционирование и использование различных дополнительных маркетинговых инструментов нередко позволяют сформировать узнаваемый премиальный статус проекта, что, несомненно, может выступать значительным конкурентным преимуществом и заметно влиять на рыночную стоимость таких предложений. «В случае успешной реализации, при аналогичной или незначительно более высокой себестоимости в ряду сопоставимых проектов, уникальное позиционирование может способствовать значительному повышению маржинальности: разница в цене может достигать 20–30 процентов, в том числе из-за дефицита таких предложений», — считает Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент». Он полагает, что интерес к таким форматам растет, поэтому в дальнейшем их число значительно увеличится.

Тематика, как и глубина ее проработки, в применении к загородным проектам может быть разной: исторической, географической, архитектурной, ландшафтной, связанной с увлечениями и хобби создателей поселка, с различными видами спорта, с близостью к каким-то достопримечательностям, даже с историческими личностями, имевшими (или даже не очень-то имевшими) отношение к этому месту. «Как нейминг, так и поддержка определенной темы в архитектуре домов и всей концепции поселка позволяют более четко поставить, а затем и реализовать маркетинговые цели — „отпозиционировать“ поселок от конкурентов, в более понятном русле выстроить стратегию



ЖИТЕЛЕЙ ПОСЕЛКА КНЯЖЬЕ ОЗЕРО В ПОДМОСКОВЬЕ ОБЪЕДИНЯЕТ СТРЕМЛЕНИЕ СТРОИТЬ ЗАМКИ И ВЕЛИКОСВЕТСКИЕ РЕЗИДЕНЦИИ

продвижения, благоустройство, ценовую политику, коммуникационную политику, более четко сегментировать целевую аудиторию и донести до нее ключевые сообщения, важные для результативной коммуникации», — говорит Дмитрий Котровский, вице-президент девелоперской компании «Химки Групп».

Тематические поселки чаще реализуются в ценовых сегментах от комфорт-класса до элитного, реже — в эконо-классе, поскольку любая концептуальная надстройка дает прибавку к стоимости квадратного метра, особенно если концепция заключается не только в названии, но и поддерживается в архитектуре, планировке поселка, оформлении общественных зон, а в самом лучшем случае — и в инфраструктуре, имеющей прямое отношение к теме.

Аналитики считают, что все специализированные поселки можно разделить на

две части: по интересам и тематические. В первом случае жителей объединяет то или иное увлечение, хобби или вид спорта, а во втором — образ жизни: человек приобретает не только дом, но и некий элемент среды обитания. «Второй вариант сегодня является более популярным среди застройщиков, так как он проще в воплощении и ориентирован на более широкую аудиторию. Затраты на инфраструктурные объекты в коттеджных поселках зависят, прежде всего, от идеи, заложенной в проекте, а соответственно, от его сегментной ориентации. Девелопер может ограничиться сумой до 1 млн рублей, например, при проектировании объекта для любителей рыбалки или активного вида спорта. Для создания яхт-клуба или инфраструктуры для любителей конного спорта сумма инвестиций может составить более 1 млрд рублей. → 16

МАРКЕТИНГ