



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР GUIDE
«ЭЛИТНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»

КРИЗИС НЕ ПОВОД
ДЛЯ БЕСПОКОЙСТВА

Эксперты говорят, что элитный сектор менее всего подвержен влиянию кризиса. Товар это штучный, в некотором смысле даже дефицитный, а значит, по карману он лишь очень небольшому числу граждан. Состоятельные покупатели в обществе будут всегда, даже в трудные времена. Ведь кризис это не только депрессия, но и возможность заработать. И даже если кто-то в этот сложный период разорится, другой — более удачливый — обязательно найдет возможность сколотить состояние.

И действительно, тезис о том, что элитный класс — самый устойчивый сектор, подтверждается практикой. В то время как весной квартиры в сегменте масс-маркет разлетались как горячие пирожки, продажи премиальных квартир шли ровно, без резких скачков и падений.

Впрочем, некоторое влияние кризис оказал даже и на элитный сегмент. Как говорят банкиры, доля ипотечных схем в сделках по приобретению жилья класса de luxe в этом году росла и достигла 15% — еще недавно ипотеку для покупки элитных квартир привлекали лишь единицы. Эксперты говорят, что ипотека в сегменте масс-маркет зачастую является единственным источником финансирования сделки. В премиальной зоне жилищный кредит — лишь одна из возможностей найти средства на покупку. Но в кризис даже состоятельному человеку не просто «вытащить» из оборота своего бизнеса несколько десятков миллионов, а потому все больше крупных бизнесменов стали прибегать к помощи банков при совершении покупки жилья. Да и моментом надо пользоваться — очевидно, что по ставкам, по которым банки давали кредиты летом нынешнего года, в наступающем 2015-м взять ипотеку уже не получится: даже по оптимистичным прогнозам, ипотека подорожает как минимум на 1%. А даже 1% при кредите на несколько миллионов долларов будет весьма ощутимой разницей.

В будущем году, однако, помимо подорожания ипотеки, как считают эксперты, каких-то серьезных потрясений ждать не стоит. Рынок входит в фазу замедления, но не падения, оптимистично говорят девелоперы. Эта новая фаза, как полагают аналитики, продлится около двух лет. Впрочем, не исключено, что за более дальний рубеж все просто бояться заглядывать.

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ СТАТУСА ВНИМАНИЕ ЗАСТРОЙЩИКОВ К МЕСТАМ ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ (МОП) ЗАВИСИТ ОТ КЛАССА НЕДВИЖИМОСТИ. ЕСЛИ В ЭКОНОМКЛАССЕ ПЛОЩАДЬ МОП РЕДКО ПРЕВЫШАЕТ 15% ОТ ОБЩЕЙ ПЛОЩАДИ ЗДАНИЯ, ТО В ЭЛИТНОМ СЕГМЕНТЕ ЭТОТ ПОКАЗАТЕЛЬ МОЖЕТ ДОХОДИТЬ ДО 30% ЗА СЧЕТ ПРЕЗЕНТАБЕЛЬНОЙ ВХОДНОЙ ГРУППЫ И ЛИФТОВЫХ ХОЛЛОВ. И ДОЛЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ В ПРЕМИАЛЬНОМ СЕГМЕНТЕ, ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ, РАСТЕТ. РОМАН РУСАКОВ

Людмила Тэор, руководитель направления продаж и маркетинга группы Solo, считает, что доля мест общего пользования в элитном проекте должна составлять 25–30%. «Жилье высокого класса отличаются просторные входные группы. Обычно они несут представительскую функцию дома. Для отделки холлов и вестибюлей применяются только экологически чистые материалы дома. В элитных проектах предусмотрены дополнительные услуги для жильцов, такие как зоны релаксации, бизнес-зоны, спортивный комплекс. Обязательным объектом инфраструктуры является паркинг, обеспечивающий одним или несколькими парковочными местами каждого проживающего», — говорит она.

Госпожа Тэор добавляет: «Поскольку большинство элитных домов возводится в историческом центре города, где существует дефицит рекреационных зон, особое внимание уделяется организации дворового пространства. Обычно проекты оформления дворовых территорий в элитных жилых комплексах обходятся в 10–15% от стоимости».

Юлия Царан, совладелец, генеральный директор ORDO Group, считает: «Элитное жилье — это максимальный комфорт для собственников, и экономить на МОП — значит понижать уровень недвижимости».

Ирина Могилатова, управляющий партнер агентства недвижимости Tweed, говорит что в некоторых случаях доля МОП в элитных комплексах Москвы может достигать до 50, а то и до 70%. Например, это относится к таким проектам, как «Москва-Сити» и «Легенды Цветного».

НОВЫЙ КУРС «Сегодня можно говорить о том, что девелоперы взяли курс на увеличение зон общественного пользования в элитном строительстве. При этом жилое пространство имеет ровно противоположный вектор: площади квартир уменьшаются. Тенденция пришла к нам с Запада, где уже давно все лишнее — прачечные, гладильные комнаты, кладовки — выносятся за рамки квартир. Получается, что жилье нужно в основном для того, чтобы спать. Особенно такой подход актуален для молодежи, которая мобильна и придает внутренней инфраструктуре большое значение. Девелоперы руководствуются логикой: лишние опции не должны отягощать квартиру. Можно совершенно спокойно уменьшить жилую площадь, а в комфорте обитателям дома не отказывать за счет внутренних особенностей проекта», — говорит госпожа Могилатова.

Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости компании Colliers International в Санкт-Петербурге,

подтверждает тенденцию к увеличению: «Можно сказать, что за счет крупных лобби, которые становятся все более популярными, доля МОП увеличивается с 25 до 30%. В некоторых случаях даже до 40%. В качестве интересного примера можно привести ЖК Diadema Club House, где сделаны открытые лестницы, идущие вокруг лифта и занимающие почти половину пространства, — очень роскошное решение, но вполне себя окупившее за счет клиентов, особо требовательных к простору в доме».

Маркетолог-аналитик ЗАО «БФА-Девелопмент» Екатерина Беляева отмечает, что в последние годы у всех типов жилья значительно улучшились качественные характеристики мест общего пользования. На смену стандартным решениям пришли яркий дизайн и индивидуальная отделка. Появилось более четкое разделение МОП в зависимости от статуса объектов: чем выше класс дома, тем более индивидуальна отделка МОП. Часто прослеживается определенная концепция, например, название объекта, архитектура и дизайн помещений связаны между собой общими мотивами. Чем выше класс объекта, тем насыщеннее и «богаче» отделка МОП, тем более качественные материалы и работа. Так, в элитных объектах используется дизайнерская отделка с использованием эксклюзивных материалов, например, натурального камня.

СООТВЕТСТВОВАТЬ КЛАССУ Для покупателей элитного жилья отделка мест общего пользования должна соответствовать классности объекта и статусу самого покупателя. Например, в элитных объектах может быть предусмотрен холл с очень дорогим интерьером для встреч с гостями.

«На текущий момент в элитном жилом комплексе уже обязательным считается премиальное помещение-лобби. Безусловно, должна быть зона ресепшен или аналог стойки портье — неважно, какое количество персонала вовлечено в функционирование этой зоны, это момент очень важный. Не менее значимым является и наличие „мягкой“ зоны с посадочными местами», — говорит госпожа Конвей.

Андрей Петров, генеральный директор центра элитных проектов «Петербургская недвижимость», считает, что холлы в элитных проектах должны быть выполнены по авторскому дизайн-проекту с применением высококачественных материалов, обязательны — просторные входные группы, залы для ожидания гостей. «Во дворе должны присутствовать малые архитектурные формы, иметь место профессиональный ландшафтный дизайн. Террито-

рия должна быть огорожена, обеспечены ограниченный доступ, круглосуточная охрана и видеонаблюдение», — говорит он.

Еще один тренд в оформлении холлов в домах — единая входная группа для нескольких зданий или одного здания с несколькими подъездами в рамках одного проекта, где располагается парадный вестибюль. Такой прием позволяет не только соблюсти безопасность, но и организовать в холле лобби подобно тому, что есть в отелях высокого класса. «Здесь можно выпить чашечку кофе, принимать гостей и обсуждать дела с партнерами, не поднимаясь с ними в квартиру», — рассказывает господин Петров.

Екатерина Немченко, директор департамента жилой недвижимости Knight Frank St. Petersburg, говорит: «Дополнительными опциями являются произведения искусства, скульптурные композиции или фонтаны, которыми украшают придомовую территорию или холл».

СЕРВИС НА СТОРОНУ В среде экспертов до сих пор нет единого мнения — должен ли элитный комплекс обладать обширной инфраструктурой. С одной стороны, жители дома премиум-класса нуждаются в определенных сервисах. С другой — содержать слишком большое количество объектов сервисной инфраструктуры только силами жильцов слишком накладно. А разрешить в дом доступ людей с улицы — значит нарушить камерность атмосферы элитного жилья.

Евгений Богданов, генеральный директор финского проектного бюро Rumpu, считает, что в по-настоящему элитных домах не должно быть никакой инфраструктуры. «Элитный дом — это дом закрытый, где кроме жильцов не должно быть посторонних людей. Возможно присутствие консьержа, который организует химчистку, уборку помещений, парковку машин», — категоричен он. Содержать же все объекты силами жильцов элитного дома — слишком дорогое удовольствие даже для состоятельных людей.

Отчасти с ним согласна Анна Калинина, руководитель отдела элитной жилой недвижимости Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate: «Нужно брать в расчет, что в большинстве элитных проектов внутридворовая территория закрыта для посторонних лиц. В этом случае такие элементы инфраструктуры, как магазины, салоны красоты, отделения банка, фитнес-центры, обычно размещаются по фасаду здания, что позволяет им быть коммерчески успешными за счет ориентации не только на жителей дома, в котором они расположены. → 20