

ИННОВАЦИИ КАК ЧАСТЬ СТРАТЕГИИ

УМНЫЙ ДОМ ИЛИ ЭКОЛОГИЧНЫЙ? ЖИЗНЬ ЗА ГОРОДОМ КАК АЛЬТЕРНАТИВА ИСТОРИЧЕСКОМУ ЦЕНТРУ ИЛИ ЖЕ НОВОЕ МЕСТО ПРИТЯЖЕНИЯ? А ГЛАВНОЕ, ПОЧЕМУ ОДИН И ТОТ ЖЕ ОБЪЕКТ МОЖЕТ КЛАССИФИЦИРОВАТЬСЯ КАК КОМФОРТ И КАК БИЗНЕС-КЛАСС? ЭДУАРД ТИКТИНСКИЙ, ПРЕЗИДЕНТ ХОЛДИНГА RVI (ВХОДЯТ КОМПАНИИ RVI И «СЕВЕРНЫЙ ГОРОД»), РАССТАВЛЯЕТ ТОЧКИ НАД I. СВЕТЛАНА ХАМАТОВА

GUIDE: Тенденция последних лет — больше разнообразия. Например, у вас появились арт-студии, сити-виллы — зачем нужно было придумывать эти новые, сложные форматы? «Выстрелили» ли они?

ЭДУАРД ТИКТИНСКИЙ: Мы же премиальные девелоперы, и одна из наших ценностей — инновации. Мы все время стремимся создавать такие продукты, которые будут опережать рынок и удовлетворять вкусы самых разных клиентов. Отсюда и возникают такие нишевые продукты, как Art Studio — арт-кластер на 2-й Советской улице. Это предложение поначалу казалось экспериментом, но сейчас можно утверждать, что он удался, в том числе с точки зрения продаж. Есть хороший спрос, даже цены несколько раз пришлось корректировать. Создание подобных инновационных продуктов — часть нашей стратегии. Мы не боимся экспериментировать, мы хорошо чувствуем город в целом и каждый конкретный участок, где ведем строительство, его соразмерность, как архитектурную, так и функциональную, для того или иного проекта.

G: Насколько долговечны такие экспериментальные форматы? Или через некоторое время они станут раритетом и будут продаваться еще дороже?

З. Т.: Я бы не говорил о раритетных форматах недвижимости. Это же, условно, не первый Apple и не «Руссо-Балт» 1908 года. За то время, что я занимаюсь девелопментом, а это уже почти 25 лет, ни один формат еще не устарел. Насчет роста цен — безусловно, наши проекты растут в цене по мере строительства и на вторичном рынке, по крайней мере лет десять. На более длительный срок прогнозировать сложно, все-таки постоянно появляются новые проекты, более современные инженерные начинки.

G: Ваши клиенты обращают на это внимание? Насколько для них важны инженерная начинка, материалы, экологичность?

З. Т.: Чем дальше, тем больше. Людей волнует экология проживания, поэтому инженерная начинка становится все более значимым фактором при выборе квартиры. Какая вода подается, какой воздух. Недавно позвонил мой товарищ и спросил: «Какой процент влажности воздуха на „Новой звезде“? Надо мне делать дополнительное увлажнение или нет?» Забота о собственном здоровье — это тренд, который активно развивается. Люди, на мой взгляд, в меньшей степени интересуются каким-нибудь «умным домом» с запрограммированными шторами и тому подобными вещами. А вот чистый воздух нужной влажности и качественная вода из крана — это вещи, которые очень важны. Четырехступен-



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

чатая система очистки воды, которая сейчас реализуется на всех наших объектах, — реально востребованная опция, покупатели ее очень ценят.

G: А «Новая звезда», сданная десять лет назад, по-прежнему является в этом эталоном?

З. Т.: Я не говорю, что «Новая звезда» — лучший проект во всех его проявлениях. Во-первых, я уважаю вкус людей, он у каждого свой. Во-вторых, появляются новые проекты. Но тот формат, который мы реализовали, и с точки зрения инженерной начинки, социальной инфраструктуры, по местоположению на Песочной набережной, по видам из окон для меня и многих профессиональных экспертов — это эталон. Ничего подобного в такой комбинации пока не построено, альтернатива — только люксовые проекты с ценами от 1 млн рублей за метр. К сожалению, мы пока не нашли подходящего участка, чтобы этот продукт повторить и развить. Но мы бы с удовольствием это сделали.

G: Что мешает это сделать конкурентам?

З. Т.: Дело не только в наборе определенных опций, их сочетании и нюансах. Вопрос в опыте девелопера и в его внимании к деталям, должному уровню исполнения. Это кажется очевидной вещью, но на самом деле на пальцах одной руки можно пересчитать девелоперов, способных воплотить проект в том виде, как он был нарисован в буклете, с гарантированным качеством. Когда ваш опыт ограничен одним или двумя домами, вы точно наделаете ошибок, даже с самыми хорошими заказчиками, подрядчиками, проектировщиками. Девело-

перы учатся на собственных ошибках, и в компаниях, которые десятки лет занимаются элитным домостроением, прекрасно это знают. Главный тренд сейчас — предельное качество на всех этапах. В том числе — качество архитектурное. И вопрос ощущения места, понимания, что и где можно построить.

G: В центре еще не закончились места под строительство?

З. Т.: В центре есть объекты под реконструкцию — промышленные предприятия, которые уже не работают. И это задача не на одно поколение. С учетом тех ограничений, которые есть и еще появятся, это в любом случае будут штучные, уникальные проекты. Они всегда в дефиците, и спрос на них гарантирован.

G: А разве все эти лофты на бывших заводах, кирпичные стеночки и другие хипстерские истории еще не вышли из моды?

З. Т.: Как может пройти то, что еще не было реализовано? Насколько я знаю, в Петербурге нет ни одного полноценного лофта, с краснокирпичными стенами, высокими потолками и другими узнаваемыми признаками своего класса. А клиенты, которые с удовольствием бы жили в такого рода объектах, есть. Я не знаю, насколько их много, но на сотню апартаментов точно хватит. И лофты от RVI — это была бы бомба!

G: Иными словами, тема не исчерпана, пока RVI не создаст свое здание в этом стиле?

З. Т.: Это вы сказали.

G: Тем не менее вы не только создаете собственные форматы недвижимости, но и меняете стандарты существующих:

называете комфортом то, что другие относят к бизнесу-классу, если не к элите.

З. Т.: Действительно, то, что мы позиционируем как «комфорт-плюс» — «Петровская ривьера», например, или Time, или «Дом на излучине Невы», — очень многие назвали бы «бизнесом в квадрате». А наш «бизнес» — это по своим параметрам скорее элитный объект. Но ведь наша задача, в конце концов, не давать определения тому или иному классу, а превосходить ожидания клиентов, обеспечивая их качественным продуктом в срок или раньше срока. Чтобы покупатель приходил принимать квартиру и говорил как минимум: «Спасибо, это то, что я ожидал». А как максимум: «Ничего себе! Как здорово ребята сделали!»

G: За городом стоит ждать новых проектов?

З. Т.: В EcoCity, в Мистолово, начнем стройку и продажи весной, когда снег растает. Хотя первый опыт в Mistola Hills был для нас достаточно сложным. Приходилось у 40 собственников выкупать по клочку земли, чтобы строить дорогу, строить 5 км водовода, свои очистные сооружения. Это колоссальные затраты, и экономика у проекта получилась минимальная. До сих пор завершаем какие-то штрихи: асфальтируем муниципальную улицу, запустили автобус до метро, открыли магазин прямо в комплексе, детский сад, медкабинет. Сейчас первый Новый год на носу — смотрим, как праздник провести, какие возможности показать жителям. Для меня это инвестиции на будущее: представления о том, что такое жить за городом в малоэтажном многоквартирном доме у покупателей пока не сложилось, и его надо формировать. Большинство привыкло к тому, что загород — это дешевая альтернатива Петербургу. Но бессмысленно сравнивать Mistola Hills и EcoCity с многоэтажными кварталами возле КАД, каменные джунгли с поселком, где огромная территория, низкая плотность населения плюс вся инфраструктура.

G: А если говорить о бизнес-классе и элите, что выбирает покупатель: дорогое загородное жилье или центр?

З. Т.: Дорогой загород — это вообще другая история, не альтернатива, а дополнение. У большинства элитных клиентов есть и то, и другое. А как выбирают покупатели? Все по-разному. Но факт остается фактом: люди стали более искушенными и более внимательными. Поэтому в законченном строительстве, в неудачных проектах все больше остается непроданных квартир. Тенденция очевидна: плохие проекты просто не будут продаваться, а хорошие будут разбирать, как горячие пирожки. ■