

РАСКРЫТЬ ПОТЕНЦИАЛ МЕСТА

ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ ЖИЛЬЯ К ЭЛИТНОМУ СЕГМЕНТУ ОПРЕДЕЛЯЕТ НЕ ТОЛЬКО МЕСТО В ЦЕНТРЕ ГОРОДА И ДАВНО УЖЕ НЕ МАСШТАБ ЗАСТРОЙКИ. ГЛАВНОЕ — ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО И ПРОДУМАННЫЙ ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИИ ПРОСТРАНСТВА. ОБ ЭВОЛЮЦИИ РЫНКА РАССУЖДАЕТ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ LEGENDA INTELLIGENT DEVELOPMENT ВАСИЛИЙ СЕЛИВАНОВ. ВЕРОНИКА ЗУБАНОВА

GUIDE: Вы опровергаете тезис о том, что элита может быть только в центре?

ВАСИЛИЙ СЕЛИВАНОВ: Основная задача застройщика — максимально раскрыть потенциал места. Сам по себе спрос на дорогую качественную недвижимость — это же не синоним спроса на центр города. «Если объект в центре — он премиальный», — так мыслили лет десять назад и покупатель, и застройщик. Успех проекта зависел от места, качество вообще не обсуждалось. Сегодня премиальные объекты жилой недвижимости могут располагаться не в центре, и не мы единственные тому пример. Есть просто не раскрытые застройщиком в полной мере участки, а потенциал у них достаточно высокий.

Менталитет рынка вообще и менталитет застройщиков в частности за 10–15 лет изменились очень сильно. Это эволюция рынка — сегмент элитной недвижимости вышел за пределы центра.

G: Это относится только к Московскому району?

В. С.: Конечно нет. Если посмотреть на карту города, можно сформировать земельные потенциалы для качественной дорогой недвижимости и в Приморском, и Выборгском, и в Адмиралтейском районах. И в районах, которые выходят к набережным. Тут вопрос только более масштабной реновации. Когда мы проектировали наш дом «Победы, 5», то понимали, что будем «стрелять» не в огромную мишень под названием «элитная недвижимость вообще», а точно «в яблочко» локального рынка района. И, судя по продажам, мы попали в цель.

G: Как вы определили это «яблочко»?

В. С.: В Московском районе есть сложившаяся сталинская застройка и есть конкретный сегмент ее ценителей. Они не собираются переезжать в центр. В основном это люди, живущие в расселенных «сталинках». Их устраивает локация парадной части Московского проспекта, но уровень жизни и окружение с годами приходят в диссонанс с их запросами.

G: Что вы имеете в виду?

В. С.: «Сталинка» сама по себе, даже парадная, конструктивно похвастаться ничем не может. Она имеет колоссальные планировочные ограничения, в ней отсутствует внутренняя закрытая территория, нет удобной парковки. Кроме того, полностью расселенных «сталинок» в Московском районе единицы. Значит, подъезд не однороден: нет консьержа, нет охраны, расписаны стены, отравительные лифты, открытые подвалы... Поэтому в Московском районе любой новый проект вызывает колоссальный интерес: людей, которые не хотят отсюда переезжать, много. А качественного предложения практически нет.

G: Это связано с отсутствием хороших мест?

В. С.: Московский район в парадной его части характеризуется постоянной ограниченностью предложения. Если пройти по тихой зеленой улице Победы с единственным в Московском районе бульваром, можно понять, что в перспективе лет пятидесяти там



СЕРГЕЙ СЕМЕНОВ

больше ничего не появится. Поэтому 80% покупателей квартир в доме «Победы, 5» — это жители района, живущие в радиусе трех километров от него.

G: Покупательские предпочтения меняются?

В. С.: Меняется и покупатель, и рынок. Что рынок мог предложить десять лет назад покупателю в так называемых нецентральных районах? Ничего качественного. В то время и в Московском районе строили, как в спальниках, — либо гипердешевый монолит, либо панель. Теперь спальник стал районом со сложившейся застройкой и инфраструктурой, и все самое дешевое строят уже за кольцом. И в спальнике любая точечная застройка — и по рынку, и по цене — уже в зоне «комфорта». Люди растут в своих потребностях, в своих ожиданиях, а дома остаются прежними.

G: Что именно изменилось?

В. С.: Самым главным преобразователем и эволюционным двигателем стал переход от формального наличия тех или иных параметров к их качественному содержанию. Раньше, грубо говоря, брали трафарет и против пунктиков «должно быть в элитном доме» ставили галочки в техническом задании. Формально в таких проектах все было. Но как при этом выглядел двор, какие были планировки — неважно. Человек покупал пространство в некоей «коробке», имеющей эти галочки по трафарету. Если в самом неожиданном месте вдруг оказывалась колонна, застройщик говорил: мол, так получилось, ваш дизайнер обыграл. Но ведь если бы ее не было — всем было бы удобнее!

G: Сейчас другой подход?

В. С.: Мы исходим из того, что ликвидность проекта, квартир — это в первую очередь

качество. Например, недорогой монолитный каркас противоречит эффективной идеальной планировке с точки зрения ликвидности. И здесь каждый застройщик выбирает свой путь. Мы считаем, что за идеально решенный продукт доплатят гораздо больше, чем мы заплатим за монолит и дополнительное армирование. Организация пространства внутри квартиры — это еще одно базовое требование. В наших проектах — и премиальных, и более массовых — заложена свобода перепланировки. Понятно, что абсолютная свобода может быть только в частном доме. Но у нас внутри квартир нет несущих стен. В квартирах небольшого метража сделать это проще технологически, чем в больших. Но мы стараемся, чтобы и в квартирах площадью 200 кв. м внутри не было несущих стен и лишних колонн. И чтобы покупатель сразу понимал, как пространство может быть спланировано.

G: Можете привести пример?

В. С.: Гостиные расположены вдоль окон и в основном ориентированы на северо-запад. Ведь там люди находятся вечером. Детские ориентированы на юг и юго-восток. Спальни — по-разному. Кто-то не любит вставать с солнцем, для них есть спальни окнами на северо-запад. Мы серьезно думали над микрозонированием — и по сторонам света, и по пропорциям квартиры, изучали потребности потенциальных покупателей.

В доме «Победы, 5» всего 51 квартира, при этом нами предложено 14 типов и подтипов планировок. У каждого домохозяйства свои потребности, отличающиеся от других. Цены также дифференцируются в зависимости от этажа и типа квартир. В этом проекте мы старались максимально уйти от традиционной унификации и расширить ас-

сортимент квартир, несмотря на небольшое их количество.

G: Как оцениваете результат?

В. С.: Среди тех, кто приобрел квартиры в доме «Победы, 5», пока нет никого, кто просто инвестировал бы деньги. Все покупают для того, чтобы именно жить. И пока никто не высказал нам пожеланий по перепланировке.

G: Ваши личные представления о комфорте влияют на то, что строит компания?

В. С.: Мои личные представления очень субъективны, и я не готов их в полной мере использовать в продуктах, которые создает наша компания. Рынок надо развивать, открывать новые грани, новые возможности, новые сегменты. Но спорить с рынком — дело очень опасное. Сделать то, что никому не нужно, то, что интересует двух покупателей из ста, — это скорее меценатство, нежели бизнес.

G: И что же для вас комфорт?

В. С.: Я остаюсь приверженцем Московского района. Не хочу куда переезжать. Жаль, район не реализован во всех тех замыслах, которые в него закладывались — был бы лучшим в городе. Мне нравится эта имперская, парадная, регулярная застройка. А мои требования к пространству связаны с тем, чтобы максимально использовать дневной свет: я люблю большие окна, свободное пространство. И для меня неприятно, когда дворы со всех сторон окружают 25-этажной «китайской стеной». Я очень солнцезависимый человек, поэтому в Петербурге, где всего-то 70 солнечных дней в году, надо делать все, чтобы бороться за то небольшое количество солнечного света, которое нам достается. Мы это доказываем нашими проектами. ■