

# КОМУ НУЖНЫ АПАРТАМЕНТЫ

**РЫНОК АПАРТАМЕНТОВ ВСЕ БОЛЬШЕ ОТВОЕВЫВАЕТ ПОЗИЦИИ У ТРАДИЦИОННОГО ЖИЛЬЯ. ПО ОЦЕНКАМ ЭКСПЕРТОВ, АПАРТ-ПРОЕКТЫ СЕЙЧАС УЖЕ ЗАНИМАЮТ 5–7% ОТ ВСЕХ НОВОСТРОЕК. ПОЯВИЛСЯ И ПОСТОЯННЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ — КАК ЭТО НИ СТРАННО, НО ТРИ ЧЕТВЕРТИ ВСЕХ АПАРТОВ ПОКУПАЮТСЯ ИМЕННО ДЛЯ ПОСТОЯННОГО ПРОЖИВАНИЯ, А НЕ С ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ЦЕЛЯМИ.** ПАВЕЛ НИКИФОРОВ

Рынок апарт-апартаментов Санкт-Петербурга начал формироваться только в 2013 году. До этого он просто не существовал. Общая полезная площадь 20 проектов апарт-апартаментов Петербурга на сегодняшний день оценивается почти в 300 тыс. кв. м (2,2 тыс. лотов). Еще несколько проектов апарт-отелей девелоперы планируют вывести на рынок Северной столицы в ближайшее время. Проекты представлены практически во всех классах. Элитные проекты — «Плаза Лотус Групп» на Конюшенной площади, «Охта-групп» на улице Моисеенко, дом «Монферран». Бизнес-класс: Dockland компании «Балтийский монолит» (проспект КИМа), «С.Э.Р.» (на Поклонной горе), «Файв Стар» (переулок Антоненко), «Бестъ» (улица Академика Павлова). Сдача большинства из них намечена на 2014–2016 годы. В этом году введены в эксплуатацию комплексы YE'S от ГК «Пионер» на пересечении проспекта Просвещения и улицы Хошимина, Vertical от Весаг на Московском проспекте.



ИНТЕРЬЕР В АПАРТАМЕНТАХ ЖК «АПАРТ-ОТЕЛЬ YE'S»

**ФАКТОРЫ РОСТА** Как отмечают эксперты, ключевым моментом развития рынка стала масштабная рекламная кампания проекта YE'S группы компаний «Пионер», когда этот формат был анонсирован для широкой аудитории. Интерес покупателей, а также ограниченные возможности строительства жилых проектов в привлекательных локациях привели к достаточно активному развитию сегмента в городе. Сейчас, уверены опрошенные эксперты, этот сегмент выходит на новый количественный уровень — от единичных объектов к достаточно широкому предложению в разных районах города. «При проектировании и строительстве подобных объектов в связи с отсутствием требований есть возможность не закладывать социальную инфраструктуру. Кроме того, к этому жилью применяются более низкие нормы по инсоляции, меньшие нормативы по санитарно-защитным зонам. В условиях, когда регистрация проживания и права собственности являются разными институтами, невозможность регистрации в апарт-апартаментах является определенным условием отсека для тех покупателей, которые планируют регистрацию проживания в новом жилье. Отсутствие необходимости в регистрации — общая черта покупателей апарт-апартаментов», — считает директор департамента жилой недвижимости Knight Frank St. Petersburg Екатерина Немченко.

В то же время какой-то серьезной конкуренции между рынком строящейся недвижимости и апарт-апартаментов пока нет. «За рубежом апарт-апартаменты в большей степени ориентированы на конкретную локацию — если человеку важно именно место проживания или оказываемый арендодателем сервис, он выберет апарт-апартамент, жизнь в котором в каком-то смысле похожа на жизнь в гостинице. У нас это чаще всего жилье, в котором нельзя прописаться — без каких-то особых плюсов.

В ряде случаев девелоперу проще построить апарт-апартаменты, чем жилой дом, так как в этом случае многие нормативы оказываются более мягкими, а при наличии конкретного инвестора (будущего собственника и арендодателя) девелоперу не надо привлекать дольщиков. Если такого инвестора нет, то строительство и реализация апарт-апартаментов могут оказаться более проблемными, чем реализация жилищного проекта», — говорит директор по маркетингу компании «ЮИТ Санкт-Петербург» Екатерина Гуртовая.

**ПОРТРЕТ ПОКУПАТЕЛЯ** Покупателями апарт-апартаментов могут быть люди самые разные: жители Петербурга и регионов с доходом выше среднего, также возможны единичные случаи покупки апарт-апартаментов управляющими компаниями, говорят участники рынка. «Как правило, апарт-апартаменты приобретают не для проживания, а с целью дальнейшей сдачи в аренду, поэтому у инвесторов данного бизнеса уже есть собственная квартира. Приобретая апарт-апартаменты, собственники в основном хотят добиться дополнительного финансового обеспечения для себя и своей семьи», — уверена Наталья Скаландис, управляющий директор PM NAI Весаг.

С ней не согласна Светлана Петрова, директор ГК «Балтийский монолит». «По нашим оценкам, более половины покупателей апарт-апартаментов приобретаются для постоянного проживания. Покупая апарт-апартаменты для постоянного проживания, клиент все равно держит в голове возможность коммерческого использования этого помещения. Но каким образом в конечном итоге будут использоваться площади в апарт-отелях, покажет время, когда большинство из них будет сдано в эксплуатацию», — считает она.

По словам Елены Плахтий, руководителя отдела маркетинга ГК «Бестъ», среди по-

купателей апарт-апартаментов можно выделить несколько основных типов. «Первый — это люди, которые инвестируют в апартаменты для сдачи их в аренду. Это покупатели 35–55 лет с доходом выше среднего, очень часто из регионов. Продажи идут дистанционно, люди даже не приезжают, — говорит Елена Плахтий. — Второй вариант — апартаменты нужны для временного проживания как первая квартира. Обычно для этих целей берут студии. Их приобретают петербуржцы 25–30 лет. Покупатели третьего типа выбирают жилье для себя и ориентируются на длительное проживание, поэтому им важно место, где расположен дом, окружающая инфраструктура. Это петербуржцы 40–55 лет. Клиенты четвертого типа приобретают жилье для родителей-пенсионеров. Они предпочитают подбирать апартаменты недалеко от своей квартиры. Пятый тип — иногородние студенты, для которых недвижимость покупают родители. Чаще всего они приезжают из Сибири, Казахстана, с Урала, из нефтяных регионов. И, наконец, есть категория клиентов, которым нужно корпоративное жилье для менеджеров высшего и среднего звена крупных компаний».

Например, Андрей Вересов, директор центра продаж новостроек АН «Гагарин», выделяет клиентов, которым требуется так называемая «пиджачная квартира»: «То есть место, где можно передохнуть, переодеться, провести деловую встречу. Их приобретают бизнесмены с высоким доходом. Для этих целей квартира должна располагаться в центре».

В остальном целевая аудитория для каждого проекта формируется уникальным образом и в первую очередь зависит от локации проекта, его качественных характеристик, существующей инфраструктуры, предлагаемых дополнительных опций. Например, апартаменты в спальном районе,

возле метро, с достаточной социальной инфраструктурой по привлекательной цене (ниже жилья) в равной степени покупают для последующей сдачи в аренду и для личного проживания. Апартаменты в центре города, вблизи деловой и культурной жизни города будут востребованы в меньшей степени для постоянного проживания, но будут пользоваться спросом у бизнесменов, проживающих с семьей за городом под так называемые «пиджачные квартиры». Их будут приобретать инвесторы для последующей сдачи в аренду и состоятельные люди для своих взрослых детей-студентов. Также этот формат интересен компаниям в качестве служебного жилья для экспатов или для командировочных. На Крестовском или Каменном островах апартаменты с продуманными планировками будут однозначно востребованы для жилья.

«В зависимости от локации проекта, его окружения и предполагаемого потребителя определяется классность апартаментов, квартирография, размеры апартаментов, уникальные планировочные решения и последующая стоимость продаж. Заботясь об успешной реализации проектов, застройщики, как правило, различными способами повышают привлекательность апартаментов: обеспечивают объектами социальной инфраструктуры, выполняют уникальную дизайнерскую отделку, предлагают интересные варианты последующего обслуживания», — поясняет госпожа Немченко.

Все эксперты отмечают, что с каждым годом покупатели становятся более требовательными и более образованными. Уже на стадии заключения сделки клиенты волнуют и стоимость технического обслуживания, и тарифы по коммунальным услугам, и способы выгодного владения имуществом с точки зрения налогового законодательства. ■