



# Д

Тематическое приложение к газете **Коммерсантъ**

## Дом

Четверг 15 ноября 2018 №210 (6448 с момента возобновления издания)

kommersant.ru

14 Какая маржинальность у застройщиков жилья за МКАД

15 Как в Новой Москве стали появляться жилые комплексы бизнес-класса

16 Что выгоднее: квартиры или офисы

17 Кому светит Луна на Шелепихинской набережной

# Новоселы нового формата

Доступная ипотека и программы социального стимулирования сделали свое дело: покупать жилье в новостройках стали молодые люди. Для них покупка небольшой квартиры в кредит стала выгоднее аренды. Но тенденция будет недолговечной: новая госполитика вкупе со сменой парадигмы поколения заставят вчерашних студентов отложить приобретение собственной недвижимости.

— среда обитания —

Покупательская аудитория на рынке доступного жилья начала меняться. Клиентами девелоперов все чаще становятся молодые покупатели. Гендиректор агентства «Бон Тон» Наталья Кузнецова указывает, что за последний год доля покупателей до 24 лет выросла на 3,3%, хотя по-прежнему составляет менее 10%. Гендиректор «МИЭЛЬ-Новостройки» Наталья Шаталова подсчитывает, что за год доля клиентов моложе 25 лет выросла на 1,5%; сейчас они совершают 5,5% покупок жилья.

Появление на первичном рынке молодежи заметили и девелоперы. «В наших офисах продаж стали появляться люди до 24 лет, сейчас они составляют 3% от покупателей», —



Девелоперы заметили, что молодежь стала активно покупать жилье в новостройках

указывает руководитель отдела создания продукта ГК А101 Мария Букаева. Гендиректор Tekta Group Роман Сычев полагает, что аудитория в принципе молодеет: если еще пять лет назад доля клиентов до 30 лет составляла 15–20%, то сейчас — 35%. А руководитель департамента Lexion

Development Алексей Лухтан говорит, что 2% лотов в объектах компании выкупают люди моложе 24 лет.

Гендиректор «БКБ Проект» Василий Костин называет ключевым фактором появления на рынке молодой аудитории дотационные программы властей, в частности льготное ипотечное кредитование и материнский капитал. «Молодая аудитория — это в 90% случаев ипотека с минималь-

ным первоначальным взносом или маткапитал», — соглашается с ним гендиректор компании «Азбука жилья» Владимир Каширцев. Управляющий партнер «Метриума» Мария Литинецкая называет основным фактором притока молодой аудитории именно доступную ипотеку: юные клиенты могут позволить себе в одиночку приобретать небольшие лоты площадью 18–30 кв. м, и это обходит-

ся дешевле аренды. Еще одним фактором господин Костин называет наличие у многих молодых людей возможности улучшить жилищные условия за счет родственников, продавая доставшиеся им квартиры в домах еще советской постройки.

### Молодежный выбор

Гендиректор Level Group Кирилл Игнахин называет молодежь наиболее

неприхотливой категорией клиентов: они покупают первое, но далеко не последнее жилье в своей жизни. Во многом это и обуславливает выбор. Наталья Кузнецова называет востребованным жильем для молодой аудитории до 30 лет однокомнатные квартиры и евродвушки средней площадью 45 кв. м. «Это позволяет взять ипотеку на приемлемых условиях, 75% сделок с этой аудиторией заключаются с привлечением заемных средств», — объясняет госпожа Кузнецова. Мария Литинецкая считает, что спрос молодежи концентрируется на студиях площадью 20–25 кв. м и стоимостью 4–4,5 млн руб., если речь идет о жилье в пределах МКАД.

Заинтересовать молодежь нестандартными отделочными или планировочными решениями не так просто: эта аудитория намного более консервативна, чем можно себе представить, констатирует Мария Букаева. Спрос на новые тренды рынка среди молодежи, согласно опросам А101, на 30–35% ниже, чем у аудитории среднего возраста. «Новое поколение не волнует индивидуальность фасадов или наличие балконов, зато важно жить неподалеку от друзей и иметь возможность завести новые знакомства, их интересуют объекты общественного назначения в шаговой доступности: кофейни-центры, фитнес-клубы, магазины, кафе и кондитерские, творческие центры», — рассказывает госпожа Букаева.

### Планы девелоперов

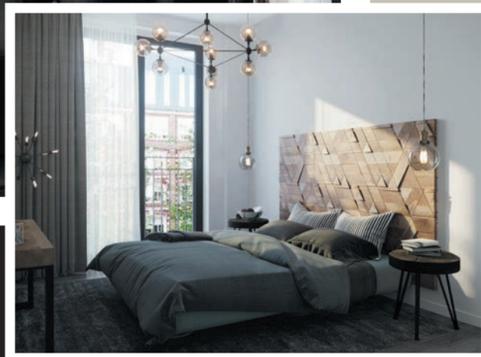
Несмотря на то что аудитория проектов расширяется, ждать на этом фоне от девелоперов принципиально новых концепций, как и появления «молодежных» жилых комплексов, не стоит.

с16

## ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС ПРЕМИУМ-КЛАССА



- Готовый элитный лофт-квартал
- Апартаменты с дизайнерской отделкой
- Потолки до 5 метров
- Панорамные окна в пол
- 5 минут до Тверской
- От 20 млн руб.
- БЕСПРОЦЕНТНАЯ РАССРОЧКА



м. Белорусская, Ленинградский проспект, д. 15, стр. 1  
BOLSHEVIK-APARTMENTS.RU | 495 120 96 66

**BOLSHEVIK**