

«ВЕРХНИЙ СЕГМЕНТ ЭЛИТЫ НАЧИНАЕТСЯ ТАМ, ГДЕ ЗАКАНЧИВАЕТСЯ СТАТИСТИКА»

СТРОИТЕЛЬСТВО КЛУБНОГО ДОМА ART VIEW HOUSE СТОИЛО «ОХТА ГРУПП» 1,7 МЛРД РУБЛЕЙ И ДОЛГИХ ЛЕТ РАБОТЫ. ОНО ДАЛО КОМПАНИИ ОПЫТ, КАК СДЕЛАТЬ ПРОЕКТ ПО-НАСТОЯЩЕМУ ЭЛИТНЫМ, ГОВОРИТ СОУЧРЕДИТЕЛЬ «ОХТА ГРУПП» МИХАИЛ РИВЛИН. НЕСМОТРЯ НА СЛОЖНОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА В ЦЕНТРЕ ГОРОДА И РАСТЯНУТУЮ ВО ВРЕМЕНИ ЭКОНОМИКУ, ДЕВЕЛОПЕР ПЛАНИРУЕТ НОВЫЙ ПРОЕКТ В КЛАССЕ ПРЕМИУМ И ИЩЕТ ОБЪЕКТ ПОД РЕДЕВЕЛОПМЕНТ В ИСТОРИЧЕСКОЙ ЧАСТИ ПЕТЕРБУРГА. ЕЛЕНА ИСАЕВА

GUIDE: В 2019 году группа ввела в эксплуатацию свой первый элитный жилой проект Art View House. Почему было принято решение идти в этот сегмент?

МИХАИЛ РИВЛИН: Место продиктовало. Участок находится в центре города, в знаменитом, архитектурно важном месте, на пересечении двух рек. Мойка делает здесь красивую излучину, и получаются виды не просто на воду, а вдоль воды. Это место, для которого не было вариантов.

G: По данным Knight Frank St. Petersburg, объем предложения в сегменте элитного жилья за прошлый год упал на 9%, а покупки с бюджетом более 100 млн рублей составили лишь 2% в общем объеме продаж. Как, по вашему мнению, будет развиваться сегмент в дальнейшем?

М. Р.: Не стоит смотреть на цифры там, где речь идет о верхнем сегменте элитных проектов. Он начинается там, где заканчивается статистика, потому что каждый проект — это штучный товар. То, что элитный сегмент не проседает, тоже миф. Он независим от рынка, но у него есть внутренняя динамика. Сейчас в Петербурге элитный сегмент чувствует себя довольно слабо. Покупателей, которые легко отдадут за квартиру 150 млн рублей, значительно меньше, чем было несколько лет назад. Люди стали более рационально относиться к дорогим покупкам: считают деньги, тщательно выбирают. С такими покупателями работать сложнее, но их сейчас большинство. Поэтому в элитном сегменте хорошо продается только наилучшее. К счастью, нам удалось попасть на вершину этой иглы, только поэтому продажи в Art View House прошли так успешно. Кроме того, клиенты могли воспользоваться рассрочкой на время строительства.

G: На какой период пришлось наиболее активные продажи?

М. Р.: Было несколько всплесков, связанных с этапами строительства. На самом старте, когда мы только анонсировали проект, были куплены две лучшие квартиры. Потом настала длинная пауза, связанная со сложным подземным строительством: мы полтора года копались под землей и стройки не было видно. Но как только стены пошли вверх и стало понятно, какие виды открываются из окон, началась новая серия покупок. Последний всплеск продаж был, когда мы открыли лобби и люди стали заходить со словами: «Ух! Красиво! Лучше, чем на картинке». Это те самые осторожные покупатели, которые должны все посмотреть своими глазами и убедиться в качестве. На сегодня в продаже осталось всего пять квартир.



ЕВГЕНИЙ ПАРВЕНКО

G: Насколько активно интересуются элитным жильем покупатели из других регионов?

М. Р.: Наши клиенты — очень искушенные в недвижимости люди, многие из которых живут на несколько стран. Хотя преимущественно это все же петербуржцы и москвичи. Причем последние выбирают квартиры больше и дороже, им нравится парадная сторона дома, направленная на Крюков канал, Исаакиевский собор. А есть камерная сторона, с видом на Новую Голландию, в сторону Мойки. Условно мы называем ее «питерской половиной».

G: Кто будет управлять этим домом?

М. Р.: Мы привлекли управляющую компанию «Космосервис». В городе единицы компаний, которые могут работать в элитных домах. Главное здесь личность управляющего, который будет общаться с клиентами и профессионально работает с персоналом. Все бытовые вопросы предстоит решать именно ему.

G: Сколько группа вложила в этот проект?

М. Р.: На свои деньги мы дошли от покупки участка до разрешения на строительство, вложив около 500 млн рублей. А всю стройку вели на деньги ВТБ, который выдал нам 1,2 млрд рублей. Этот кредит уже погашен.

G: Насколько, по вашей оценке, объект финансово успешен?

М. Р.: Он успешен, но растянутость проекта во времени негативно отразилась на его экономике. Работа с элитой — больше для души и для имиджа компании «Охта Групп». Проект одержал победу в массе конкурсов, его знают в мире. Как визитная карточка он действительно работает на компанию.

G: Участок со зданием вы приобрели в конце 2007 года, с чем связан долгий срок реализации проекта?

М. Р.: Когда мы купили землю, на ней было офисное здание, бывший детский садик. На время согласования мы сделали в нем хостел. Однако согласование проекта в центре идет архисложно. Участок в охранной зоне, где действуют все возможные ограничения. Чистой стройки было четыре года, проектирование и согласование заняли не меньше времени. При этом была масса и строительных сложностей. У нас двухуровневый подземный паркинг, и, чтобы это не повлияло на соседние здания, пришлось делать метровые стены в грунте — бетонный саркофаг вокруг котлована, уходящий на 23 м в глубину. Плюс много времени потрачено на борьбу с псевдоградозащитниками: мы прошли 14 судов, прежде чем доказали, что наше строительство полностью законно. К тому же при раскопках был найден фундамент старого здания, и мы почти два года доказывали, что его не нужно сохранять как памятник.

G: Учитывая эти сложности, делающие экономику проекта в центре города неясной, планирует ли «Охта Групп» дальше развиваться в этом сегменте?

М. Р.: Да. Мы приобрели опыт, который можем применить в новых проектах. И не только опыт по преодолению сложностей, а знание, как сделать жилье по-настоящему элитным. Поэтому мы ищем объекты, подходящие для создания такой недвижимости. Свободных пятен в историческом центре для нее практически не найти. Конечно, в старом здании, особенно если оно под охраной КГИОП, гораздо сложнее сделать по-настоящему элитное жилье: вписать правильную планировку, сохранив ритм окон, лестницу. При этом каждый собственник особняка в центре города считает, что у него в руках золотое

яблочко, которое можно дорого продать. Поэтому многие объекты десятилетиями никто не покупает. У нас пока нет объектов и участков, по которым достигнуты договоренности.

G: Чем, помимо премиальной локации и вида на воду, характеризуется верхний сегмент элитного жилья?

М. Р.: Это должно быть историческое место в центре, в пешей доступности от достопримечательностей. При этом относительно тихое — на один квартал в стороне от магистралей и чуть вдали от людских потоков. Дом должен быть небольшим, около 20 квартир, чтобы соседи были для покупателя предсказуемы и понятны. В нем может быть только один холл: многоподъездная система неприемлема ни с точки зрения безопасности, ни с точки зрения комфорта. Холл нарядный и вместе с тем домашний, позволяющий принимать гостей, не заводя их в свою квартиру. На площадке максимум три квартиры, окна в каждой из которых выходят на две стороны. В квартирах обязательна разбивка на гостевую и хозяйскую зону, в которой есть мастер-спальня с большим санузлом и гардеробной и немного изолированные детские с собственными санузлами. Стандарт для элитных домов — два парковочных места на квартиру в подземном паркинге. Очень важна инженерия — это одно из отличий нового дома от дома напротив. Если у нас открываешь горячую воду, течет горячая, не влияя на напор в соседних приборах. Городская вода попадает только в теплообменник. Трубы сделаны из материала, который не гниет и не портится. Часть приборов учета вынесена на лестницу, чтобы управляющая компания могла, не заходя в квартиру, их обслуживать. Электричество в квартирах до 40 кВт. Хорошо продуманы теплоизоляция и автономная для каждой квартиры система кондиционирования.

Логистика элитных домов выстроена так, чтобы клиент нигде не пересекался с обслуживающим персоналом: входы и пути для него закладываются на этапе проектирования. Охрана и ее техника должна быть безкоризненной, конечно, как и служба консьержа. Во внешней и внутренней отделке здания применяются только дорогие премиальные материалы. Один мраморный фасад нашего дома стоил более 100 млн рублей. В холлах должно возникать желание прикоснуться к поверхностям. Элитный дом — это огромное внимание к деталям. Тут каждый элемент и решение выбирается консенсусом профессионалов. Для искушенных покупателей нужно постараться. ■