



АЛЕКСАНДР КОСЯКОВ

одинаковым — скажем, серии П-44Т. Понятно, что готовая П-44Т лучше, чем неготовая П-44Т. Вот и вся разница. А сейчас П-44Т вообще неинтересна — ни готовая, ни строящаяся, никакая!

Г: Но квартира в центре — другая история...

В. Г.: В Петербурге есть глобальная проблема «золотого треугольника» — это самый что ни на есть «парадный Петербург» внутри Фонтанки и Невы. Квартира в этом месте по определению всегда была дорогой, потому что это суперместо. Но с точки зрения современной жизни барская квартира вообще неактуальна, каким бы прекрасным ни был вид из окна или полуторачековая история. Там старая инженерия, там негде ставить машину, там нерешаемая проблема ремонта фасадов — потому что это реставрация, она стоит дорого, а жители денег давать не хотят, потому что это «не их проблема». То есть дом ветшает или ремонт делают некачественно. Плюс нерешенная проблема социальной неоднородности, которая здесь не решается в принципе.

Г: Почему?

В. Г.: Петербург — один из немногих крупных городов мира (если не единственный), в которых сословное расселение происходило не порайонно (район аристократов, район богатых, район рабочих), а от красной линии: есть парадный корпус, он дорогой, и четыре двора внутрь, которые все дешевле и дешевле. В итоге здесь нет социальной однородности даже в одном доме. Кто-то сказал: Питер сословен по вертикали. Потому что нет лифта, на первом этаже магазин, на втором — самая дорогая квартира, на третьем дешевле (пешком надо идти!), на четвертом — еще дешевле и так далее. Сегодня эти барские квартиры в силу неактуаль-

ности и бессмысленности актуализации висят мертвым грузом. Любители старины и вычурной парадности продолжают в них, конечно, жить — но это определенная прослойка, узкий и непрогрессивный сегмент. Современный покупатель хочет в этих же локациях (потому что они бесспорно прекрасны) нового, актуального, современного жилья. И если появляется в хорошем месте хороший актуальный дом, то он стоит очень хороших денег. Но беда в том, что мест не осталось.

Г: Как отличить морально устаревшую новостройку от современной?

В. Г.: Вы можете просто взять любой интересный проект, открыть буклет, прийти домой и посмотреть вокруг. Если хотя бы половина того, что есть в буклете, у вас в доме отсутствует, — уже надо крепко задуматься. А если процентов 70 отсутствует — пора размещать объявление и считать, какую сумму брать в ипотеку.

Г: А если без буклета, на словах? Какие-то ключевые качественные характеристики есть у актуальной квартиры?

В. Г.: Дом должен быть построен по современным продуктовым принципам: эргономичные планировки с достаточным количеством зон хранения, санузлов; закрытый благоустроенный двор, в котором функционально разделены зоны для детей и взрослых. Без машин — это принципиально. Территория должна охраняться. Дом должен быть оснащен современными инженерными системами. Например, сегодня для бизнес-класса и премиума норма — это погодозависимые тепловые пункты, которые регулируют температуру в батареях не по приказу градоначальника или решению на ТЭЦ, а по погоде. Плюс современные системы домофонии — не просто видеодомофон, в котором мутные силуэты, а домофон с HD-разрешением;

IP-система, которая перезагружается, как компьютер, и позволяет обновлять функционал и программное обеспечение.

Обязательно большая площадь остекления в квартирах, которая дает больше света. Прозрачные входные группы, дизайн мест общего пользования, центральные входные холлы, которые являются точкой доступа и контроля. Безбарьерная среда. Все это подробно изложено в ценностях нашей компании.

Г: И какой срок «активной жизни» вы закладываете в свои проекты?

В. Г.: Тренды в жилье и актуальность жилья — это очень динамическая вещь, зависящая от того, что сегодня предлагает рынок. Я сейчас не могу сказать, какие тренды будут в ближайшие три-четыре года. Мы идем путем шлифовки и улучшения заданного продуктового уровня. Не знаю, какие нам придут в голову радикальные изменения, но главное — это комплексность среды. Уверен, что качественный продукт будет востребован всегда. И если мы сможем (а мы сможем) создавать наиболее актуальные дома и квартиры, то их будут покупать.

Г: Какова доля Legenda на петербургском рынке премиальной недвижимости?

В. Г.: Мы перестали делить рынок на стандартное, бизнес и премиальное жилье — просто потому что все очень сильно перемешалось. Мы сейчас мыслим теми бюджетами, с которыми работаем. В Петербурге это от 8 до 40 млн рублей за квартиру. Такова сегодня наша продуктовая стратегия, которая позволяет экономически обосновывать те компетенции, которыми сегодня обладает компания. В более низких сегментах мы просто их не можем экономически «отбить» — и не видим смысла особо упражняться. В следующем году у нас будет целая линейка объектов в том, что на рынке принято на-

зывать «бизнес» — от нижних до верхних границ и даже выше. Наша доля на петербургском рынке, наверное, сохранится в том же объеме, в котором есть сейчас. С точки зрения классической оценки, она незначительна — это единицы процентов. Если говорить о высоких бюджетах — то у нас там доли, измеряемые десятками процентов, а в некоторых случаях и все 100%.

Г: Это как?

В. Г.: Например, если взять все объекты, с которыми мы работаем сейчас (даже не смотря на то, что это спальные районы и smart-проекты), то в одной локации все бюджеты квартир от 12 до 16 млн занимает «Легенда». То есть только «Легенда» в этой локации способна создать продукт, за который покупатель готов отдать от 12 до 16 млн. Это значит, мы занимаем 100%.

Г: Как вы оцениваете перспективы рынка?

В. Г.: Мы видим, что спрос никуда не делся, люди продолжают зарабатывать деньги, продолжают хотеть квартиры. Но все будет зависеть от того, как адаптируется экономика к новой реальности. Рисуеться год такого режима — с марта по март, сейчас мы уже не питаем иллюзий, что все быстро закончится и наладится. Девелопмент, как мартовская печь, — история непрерывная, нужно уметь приспосабливаться к тем или иным кризисным явлениям. Бессмысленно прогнозировать, надо уметь реагировать.

Понятно, что изменится структура рынка коммерческой недвижимости, поскольку во время карантина случились такие риски, которых вообще никто никогда не планировал, и эти риски системные. Тотальное закрытие торговых центров, рестораны без официантов — это уже реальность и определенный пласт экономики больших городов. Как к этому бизнес адаптируется — сложно сказать. Но изменения будут серьезными. ■