

ИНВЕСТОРЫ ВЕРНУЛИСЬ
НА СТРОЙКУ / 31
ПРИВЫКАНИЕ К ПАРКИНГУ / 36
УМНЫЙ КОМФОРТ / 39

Недвижимость

Понедельник, 30 ноября 2020 №219/П
(с 6940 с момента возобновления издания)
Цветные тематические страницы №29–44
являются составной частью газеты «Коммерсантъ»
Зарегистрировано в Роскомнадзоре
ПИ №ФС77-76924 9 октября 2019 года
Коммерсантъ
в Санкт-Петербурге

Guide

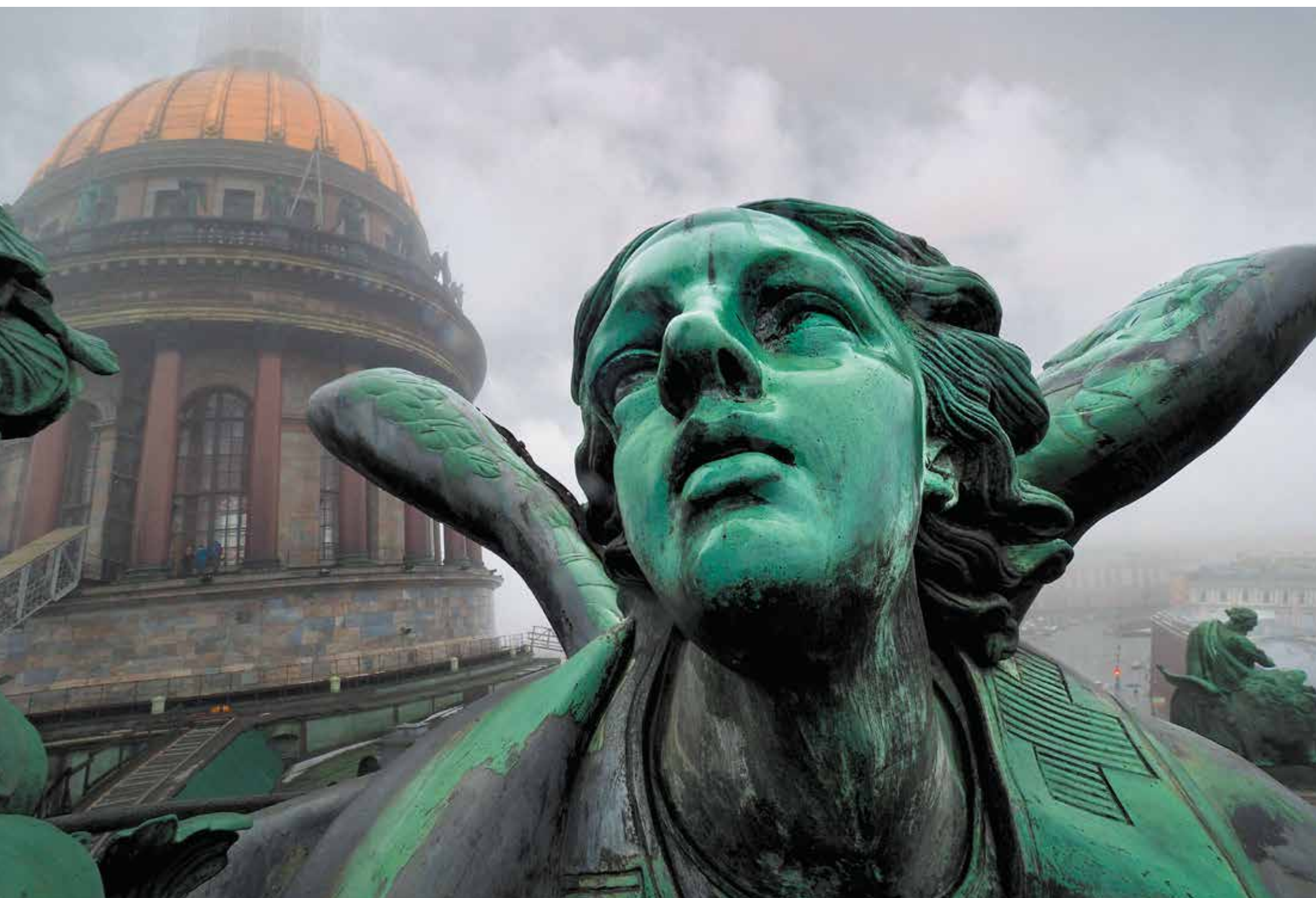
ПАРТНЕР ВЫПУСКА



РЕКЛАМА

ВЕЩЬ ДЕЛ

с «Коммерсантом» **spb.kommersant.ru**



SPB.KOMMERSANT.RU

ПОСТОЯННОЕ ОБНОВЛЕНИЕ САЙТА

ТОЧНЫЕ ПРОГНОЗЫ И ГЛУБОКИЙ АНАЛИЗ

ОБЪЕКТИВНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ФАКТАМ,
КОМПЕТЕНТНОСТЬ И БЕСПРИСТРАСТНОСТЬ

ОДНО ИЗ САМЫХ АВТОРИТЕТНЫХ
И ВЛИЯТЕЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ
ДЛЯ ЛЮДЕЙ, ПРИНИМАЮЩИХ РЕШЕНИЯ

РЕКЛАМА, «16+»

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ НА НАШИ КАНАЛЫ
TELEGRAM И FACEBOOK



Коммерсантъ.ru[®]
в Санкт-Петербурге



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР GUIDE
«НЕДВИЖИМОСТЬ»

УСПЕТЬ ПРИВЫКНУТЬ
К ПАРКОВКЕ

Привыкание петербуржцев к паркингам, несмотря на тридцать с лишним лет активной автомобилизации, идет со скрипом. В большинстве жилых проектов места для автомобилей раскупаются намного позже квартир. Жители пятимиллионного города никак не могут психологически свыкнуться с мыслью, что за хранение автомобиля тоже надо платить деньги. Хотя в некоторых проектах эконо-сегмента цену за приобретение места в многоэтажном паркинге нельзя назвать заоблачной: есть предложения в несколько сотен тысяч рублей. Но даже с такими ценами места на парковках остаются вакантными спустя много лет после сдачи дома в эксплуатацию. Пока места на парковках быстро раскупаются только в сегменте элитного жилья. Владельцы премиальной недвижимости понимают необходимость владения собственным парковочным местом и готовы платить за него немалые деньги: в отличие от жилья масс-маркета, места на паркингах недвижимости класса люкс стоят несколько миллионов рублей. Не исключено, что владение паркингом может так навсегда и остаться привилегией состоятельных людей. Горожане, относящиеся к среднему классу, могут попросту не успеть привыкнуть к парковкам. Петербург, хоть и с отставанием, идет по пути всех крупных городов: власти Северной столицы, пытаясь решить проблему перегруженности улиц в центре, постепенно расширяют зону платной парковки. Смольный не так давно анонсировал планы сделать платной парковку на всей территории исторического центра города. В Москве, например, уже владеть автомобилем становится не по карману все большему числу жителей, не говоря уже о крупных городах Европы. Недавно мне рассказали историю о российской эмигрантке, которая живет в пригороде Осло и ездит на довольно престижную работу в центр на общественном транспорте — в день на дорогу в один конец она тратит два часа. Тем не менее приобретать автомобиль ей в голову не приходит. Хотя и постепенно, аналогичным образом ситуация будет развиваться и в Петербурге: как это ни прискорбно, в ближайшие годы роскошь владения автомобилем станет доступна очень ограниченному кругу лиц. Поэтому, возможно, лет через двадцать перед девелоперами встанет задача по перепрофилированию ставших ненужными многоэтажных паркингов в спальных районах.

ИНВЕСТОРЫ ВЕРНУЛИСЬ
НА СТРОЙКУ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НЕСТАБИЛЬНОСТЬ
И СНИЖЕНИЕ СТАВОК ПО ДЕПОЗИТАМ ЗА ТРИ КВАРТАЛА ТЕКУЩЕГО
ГОДА ПОЧТИ В ТРИ РАЗА УВЕЛИЧИЛИ ДОЛЮ ИНВЕСТИЦИОННЫХ
ПОКУПОК НА РЫНКЕ СТРОЯЩЕГОСЯ ЖИЛЬЯ ПЕТЕРБУРГА. ХОТЯ
ЕЩЕ ПОЛТОРА ГОДА НАЗАД, КОГДА СТРОИТЕЛЬСТВО ПЕРЕХОДИЛО
НА ЭСКРОУ-СЧЕТА, АНАЛИТИКИ ПРЕДРЕКАЛИ, ЧТО ДОЛЯ
ИНВЕСТИЦИОННЫХ СДЕЛОК СОЙДЕТ НА НЕТ. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

По данным ИК «Фридом Финанс», на начало года доля инвестиционных сделок у застройщиков составляла около 7%, а сейчас может приближаться к 20%. «Летом в связи с окончанием карантина, а также действием льготной ипотечной ставки на рынок вышла масса непрофессиональных инвесторов, а также новичков, которые покупали с несколькими целями сразу, включая инвестиционную. То есть это были люди, осуществлявшие покупку второй или третьей квартиры, не имея потребности в ипотеке для решения жилищных проблем. С одной стороны, это довольно рискованная тактика, с другой — пока она себя оправдывает», — считает Валерий Емельянов, аналитик ИК «Фридом Финанс». Он подсчитал, что если до 2020 года доходность стройки от котлована до сдачи составляла около 20% за весь период (2–2,5 года), то есть 7–9% годовых, то в этом году цены застройщиков поднялись за первые десять месяцев более чем на 15%, то есть авансом «отбили» ипотечную ставку на два года вперед. «Те, кто покупал жилье не в кредит, соответственно, заработали больше 10% менее чем за полгода. В проектах на базе ДДУ цифры могут быть еще более впечатляющие, а в проектах на базе эскроу запас роста цен близок к исчерпанию. В 2021 году мы ожидаем снижение цен у застройщиков и, как следствие, появление номинальных убытков у тех инвесторов, которые заходят в новостройки сейчас», — говорит господин Емельянов.

Однако застройщики пока сохраняют оптимизм. «Цены сейчас растут и падать они точно не будут», — уверен Виталий Коробов, директор группы «Аквилон».

ЗАЛОГ СТАБИЛЬНОСТИ Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers International, также считает, что в условиях экономической неопределенности недвижимость остается одним из самых стабильных инвестиционных инструментов. «Этому способствуют волатильность рубля, введение налога на доходы физических лиц в размере 13%, который будет взиматься с суммы процентов по вкладам более 1 млн рублей, а также снижение ключевой ставки ЦБ (что снизило доходность вкладов и сделало более привлекательным ипотечное кредитование)», — рассуждает она.

Ольга Трошева, руководитель консалтингового центра «Петербургская недвижимость», придерживается аналогичного мнения. «Ввиду нестабильности всех других видов инвестирования, например, существенного падения ставок по депозитам,

интерес к недвижимости вырос. Клиенты доверяют инвестициям в недвижимость, так как это всегда ликвидно и надежно», — говорит она. По подсчетам госпожи Трошевой, средняя доходность по инвестиционно привлекательным объектам сегодня составляет около 15% годовых. «По ряду объектов прогнозируемая доходность может составить и 20% в год», — замечает она.

Госпожа Конвей считает, что на данный момент инвестиционная покупка квартиры подразумевает не столько получение арендного дохода, сколько сохранение денег в качественных проектах. «Льготная ипотека позволяет расширить бюджет и выбрать лот побольше. Покупка квартиры для получения арендного дохода становится менее привлекательной: стоимость входа повышается, а доходность не гарантирована. На рынке есть предложение студий и квартир в апарт-комплексах, с которыми жилью в контексте сдачи в аренду будет сложнее конкурировать», — указывает она.

Дмитрий Михалев, руководитель отдела по связям с органами государственной власти компании «СПб Реновация», говорит, что доля классических инвесторов — тех, кто покупает недвижимость с четким бизнес-планом и пониманием рентабельности и сроков окупаемости вложений, — не так много. «Но есть большая доля тех, кто приобретает жилье не для проживания, а, например, детям на будущее или для сохранения средств. Во времена курсовых колебаний рубля, снижения доходности по вкладам доля таких покупок возрастает. Притом, что квартиры в новостройках значительно выросли в цене за последний год, есть понимание, что они как минимум остаются надежным вложением, а в целом — намного прибыльнее доступных среднему гражданину инструментов инвестирования», — рассуждает он.

Госпожа Конвей отмечает, что сегодня инвестиционные покупки присутствуют даже в клубных проектах бизнес- и премиум-класса. «Наличие в таких проектах небольших лотов площадью около 30 кв. м, что несвойственно для этих сегментов, говорит об ориентированности девелопера на инвестиционные покупки. Такие лоты выкупаются на старте продаж, и их стоимость за время строительства может увеличиться на 25% и более», — добавляет она.

ЭСКРОУ НЕ ПОВЛИЯЛ Два года назад аналитики рынка недвижимости полагали, что переход на эскроу практически сведет на нет долю инвестиционных покупок жи-

лья. Однако сегодня участники рынка придерживаются иной точки зрения. Ирина Доброхотова, председатель совета директоров компании «Бест-Новострой», считает, что непосредственно введение продаж через эскроу никак не повлияло ни на активность инвесторов, ни на доходность проектов. «Хотя на начальном этапе, когда эскроу-счета только начали применяться, возникали опасения, что это сведет на нет инвестиционный потенциал новостроек. Однако этого не произошло, поскольку застройщики продолжили открывать продажи на раннем этапе строительства и повышать цены по мере роста строительной готовности проектов. Напротив, наличие эскроу дало дополнительную уверенность в защите вложенных средств, в надежности застройщика (ведь наличие эскроу говорит о проекте финансирования, а банки проводят многоступенчатую систему проверки партнеров)», — рассуждает эксперт. По подсчетам госпожи Доброхотовой, в проектах комфорт- и бизнес-класса Санкт-Петербурга, в которых продажи открылись после 1 июля 2019 года, к настоящему моменту рост цен достигает 58% (данные аналитической системы bnMAP.pro). Из 25 проектов, вышедших на рынок после введения эскроу-счетов, в 17 средняя цена квадратного метра выросла на 10% и более за весь период реализации (то есть около 15 месяцев). Средняя годовая доходность по этим проектам составила около 16%.

Роман Мирошников, исполнительный директор СК «Ойкумена», с коллегой согласен: «Сейчас даже с учетом эскроу, инвестировать нужно на старте продаж. В проектах с эскроу-счетами цены тоже повышаются по мере „роста“ домов, поэтому на нулевом цикле покупка будет наиболее выгодной. При этом для покупателя эскроу дает не только дополнительную гарантию возврата средств, но и уверенность в том, что застройщик будет максимально строго придерживаться графика строительства: за ходом работ теперь наблюдает и финансовый партнер (банк), который также заинтересован в успешной реализации проекта».

Николай Пашков, генеральный директор Knight Frank St. Petersburg, полагает, что в 2020 году произошел ряд непредвиденных событий, которые в большей степени изменили покупательское поведение, нежели введение эскроу-счетов. «Ослабление рубля и программы льготного ипотечного кредитования привели к увеличению доли инвестиционных сделок, сделок с целью сохранения, нежели приумножения своих средств. → 32

31 → Доходность банковских вкладов неуклонно снижается и становится сопоставимой с покупкой квартиры для сдачи в аренду, но инвестиции в недвижимость в данной ситуации выглядят надежнее. Текущие реалии ярко демонстрируют преимущество недвижимости, за которое ее так ценят инвесторы, особенно непрофессиональные: недвижимость — это актив, который всегда с тобой. Доходность для каждого строящегося объекта индивидуальна, она может находиться в пределах 8–15%, важное значение по-прежнему имеют локация, ее перспективы развития, транспортная инфраструктура и опыт застройщика», — рассуждает он.

Валерий Лазугин, заместитель генерального директора АН «Итака», также уверен, что новые правила работы застройщиков с эскроу-счетами существенно не повлияли на долю инвестиционного жилья. При этом он замечает, что сейчас далеко не по всем объектам и строящимся ЖК инвесторы могут рассчитывать на гарантированную прибыль. «Во многих проектах массовой застройки Кудрово, Девяткино, Парнаса, Ленинградской области получить высокий доход стало гораздо сложнее, а в ряде случаев и невозможно. Хотя, опять же ввиду невысокой стоимости «входа» квартиры здесь по-прежнему пользуются высоким спросом как среди покупателей, приобретающих недвижимость для собственного проживания, так и среди инвесторов. Инвестиции в строящееся жилье и ранее были привлекательны, а сегодня, на фоне экономической и политической нестабильности, колебания валютного курса и в первую очередь в связи со снижением доходов по банковским депозитам стали представлять еще более серьезный интерес», — полагает господин Лазугин. По его словам, практика показывает, что при условии грамотного профессионального инвестирования даже на студии или однокомнатной квартире инвестиционный доход за время строительства может составить от 700 тыс. до 1 млн рублей и даже более, а в случае с двух- и трехкомнатными квартирами — до 1,5–2 млн рублей. «В случае же реализации квартиры через несколько лет успешные инвесторы смогли вернуть до 70%, а в единичных случаях и до 100% вложенных средств. При этом хочу обратить внимание инвесторов на необходимость взвешенного выбора и квартиры, и жилого комплекса, и застройщика, а также на ряд других важнейших



ЕВГЕНИЙ ПЛАТЕНКО

ЕСЛИ ДО 2020 ГОДА ДОХОДНОСТЬ СТРОЙКИ ОТ КОТЛОВАНА ДО СДАЧИ СОСТАВЛЯЛА ОКОЛО 20% ЗА ВЕСЬ ПЕРИОД (2–2,5 ГОДА), ТО В ЭТОМ ГОДУ ЦЕНЫ ЗАСТРОЙЩИКОВ ПОДНЯЛИСЬ ЗА ПЕРВЫЕ ДЕСЯТЬ МЕСЯЦЕВ БОЛЕЕ ЧЕМ НА 15% И АВАНСОМ «ОТБИЛИ» ИПОТЕЧНУЮ СТАВКУ НА ДВА ГОДА ВПЕРЕД

параметров, которые необходимо учесть для успешного инвестирования, в числе которых локация, количество квартир в ЖК, инфраструктура», — говорит он.

Впрочем, среди аналитиков есть и скептики, которые не разделяют оптимизма тех, кто считает, что введение эскроу не повлияло на доходность инвестиций. Борис Мошенский, генеральный директор Maris, приводит цифры: «После принятия закона об эскроу-счетах для застройщиков почти пропал смысл привлекать покупателей низкими ценами на ранних этапах строительства. Поэтому вместо 25–30% роста цены от котлована до ввода в эксплуатацию сегодня в финансовой модели закладывается рост 5–10%. На это также

повлиял большой срок окупаемости такого жилья, в среднем 10–15 лет. Поэтому доля инвестиционных покупок существенно сократилась: с прежних 20–30% до малозначимых 5%. Наверное, на этом уровне она и стабилизируется, так как всегда найдутся инвесторы, которым важно просто сохранить деньги „в бетоне“. Жилье для них стало средством сбережения активов или накопительной историей на будущее».

Руслан Сырцов, коммерческий директор Glorax Development, отчасти мнение коллеги подтверждает: «Введение механизма эскроу-счетов и проектного финансирования заставило девелоперов пересмотреть ценовую политику — уже на

старте продаж произошло удорожание. Поэтому до введения эскроу аналитики фиксировали высокий интерес инвесторов к первичному рынку недвижимости. При этом во втором квартале 2020 года, после появления ипотечных программ с господдержкой, инвестиционный спрос вновь вырос. Изменение структуры предложения привело к росту цен, что позволило вернуть долю инвесторов на рынок. Разница между ценой входа и ценой выхода в среднем может составить 30–50% за срок реализации жилого комплекса (2,5–3 года). При этом важно совпадение ряда характеристик: локации, транспортной доступности, востребованности планировок, наличия отделки». ■

ПРИМОРСКИЙ РАЙОН ОСТАЕТСЯ ЛИДЕРОМ

ПО ИТОГАМ ТРЕХ КВАРТАЛОВ 2020 ГОДА ЛИДЕРОМ ПО ОБЪЕМУ НОВОСТРОЕК ОСТАЕТСЯ ПРИМОРСКИЙ РАЙОН. ОН ЖЕ БЫЛ ПЕРВЫМ И В 2019 ГОДУ. ДЕНИС КОЖИН

Специалисты консалтингового центра «Петербургская недвижимость» определили топ-3 районов по объему предложения на первичном рынке в третьем квартале. Безусловное первенство, как и год назад, принадлежит Приморскому району. На его долю по итогам квартала приходится 23% всего реализуемого жилья в черте города, или 578,8 тыс. кв. м. Именно здесь, в популярной у покупателей локации Каменка, расположен ЖК «Чистое

небо» от Setl Group — лидер спроса по числу сделок за 2020 год. В квартале комфорт-класса сданы 11 корпусов, работает школа и три детских сада.

К началу октября на второй строчке оказался Московский район, суммарное предложение на первичном рынке здесь составило 393,7 тыс. кв. м. В Московском районе сегодня представлены проекты разных классов и разного масштаба. Активно застраивается территория Средней Рогатки,

кроме того, относительно недавно начали развиваться самые южные территории района. Именно там возводится еще один из популярных ЖК — малоэтажный «Зеленый квартал на Пулковских высотах», занимающий пятое место по уровню спроса в городе. В комплексе представлен широкий выбор квартир различных планировок, в том числе с террасами и мансардами.

И в прошлом квартале, и год назад второе место занимал Выборгский район.

С июля по сентябрь предложение здесь снизилось почти на 20% по сравнению с прошлым периодом, и сегодня он находится на третьей строчке. «Изменения в рейтинге связаны с естественной динамикой спроса и предложения, популярные объекты быстро распродаются, но и новые проекты появляются постоянно», — отметила Ольга Трошева, руководитель консалтингового центра «Петербургская недвижимость». ■

ЛОКАЦИИ

ДЕВЕЛОПЕР ИДЕТ ОТ КВАРТИРЫ К ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

ТРЕНД НА СОЗДАНИЕ КОМФОРТНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЖИЗНИ, А НЕ ПРОСТО СТРОИТЕЛЬСТВО НАДЕЖНЫХ ДОМОВ С УДОБНЫМИ ПЛАНИРОВКАМИ КВАРТИР И КРАСИВЫМИ МЕСТАМИ ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ (МОП) ПОСТЕПЕННО ОВЛАДЕВАЕТ УМАМИ НЕ ТОЛЬКО ДЕВЕЛОПЕРОВ ВЫСОКИХ СЕГМЕНТОВ, НО И ЗАСТРОЙЩИКОВ СТАНДАРТ-КЛАССА.

ВЕРОНИКА ЗУБАНОВА

В активно застраиваемых «новых спальных районах» градообразующая функция, по сути, принадлежит девелоперу: по собственной инициативе или по велению государства он вынужден решать вопросы обеспечения жителей транспортной и инженерной, социальной и коммерческой инфраструктурой. Большинство проектов массового сегмента реализуется вдали от престижных и развитых локаций, поэтому для привлечения потенциальных покупателей необходимо обеспечить им комфортные условия.

«Российский девелопмент долгое время был устроен просто,— рассказывает заместитель генерального директора ГК «Ленрусстрой» Максим Жабин.— Мы строили просто потому, что это покупали. Сейчас происходит смена парадигмы: у покупателей появился выбор. И многие застройщики думают: „Вот я увидел китайскую перголу, давайте ее построим в нашем ЖК“, люди это оценят, и у нас вырастут продажи“. Такого не будет. Покупатель пока не готов платить за перголу. Порой в гонке за чем-то гениальным мы забываем про базовые вещи — например, о том, что надо делать хорошие газоны, которые бы долго служили и по которым хотелось походить босиком. Прежде чем сажать пальмы во дворах, давайте сначала научимся правильно сеять газон и высаживать елки. Давайте начнем с простых вещей, которые делают жизнь людей удобнее».

В комплексе «Новое Горелово» (который представляет собой целый новый поселок), возводимом ГК «Ленрусстрой» в Виллозском поселении Ломоносовского района, инфраструктура создается одновременно со строительством жилых домов. Пока корпуса продолжают строиться, вокруг появляются благоустроенная территория, дороги, парковки, социальные, административные и рекреационные объекты. Уже построено пожарное депо. К концу 2020 года введут в эксплуатацию школу на 550 мест — 22 класса начальной, средней и старшей школы. Ведется строительство еще одной школы на 640 мест, а также второго в поселке детского сада на 280 малышей — первый построен соседями, ООО «Интер Альянс», в ЖК «Ветер перемен». Образовательные объекты возводятся по федеральной программе «Стимул».

«Программа предполагает наличие земельного участка и готовой проектной документации, прошедшей экспертизу,— рассказывает директор по строительству ГК «Ленрусстрой» Алексей Булдин.— И наш взнос не только в том, что мы этот земельный участок когда-то купили и подарили муниципалитету Ломоносовского района, мы также за свой счет спроектировали эту школу, провели ее экспертизу и эту документацию вместе с экспертным заключением тоже подарили муниципалитету».



В КОМПЛЕКСЕ «НОВОЕ ГОРЕЛОВО», ВОЗВОДИМОМ ГК «ЛЕНРУССТРОЙ» В ВИЛЛОЗКОМ ПОСЕЛЕНИИ ЛОМОНОСОВСКОГО РАЙОНА, ИНФРАСТРУКТУРА СОЗДАЕТСЯ ОДНОВРЕМЕННО СО СТРОИТЕЛЬСТВОМ ЖИЛЫХ ДОМОВ

В здании предусмотрены классные помещения, актовый зал, библиотека с читальным залом и книгохранилищем, пищеблок полного цикла, медпункт и два спортивных зала с раздевалками, душевыми и тренерскими комнатами. Школа готова на 95%: все строительные конструкции завершены, коммуникации подведены, идет монтаж и наладка оборудования, поставка мебели. Примечательно, что вокруг уже проложены асфальтированные дорожки, установлены скамейки и урны для мусора, а на уличном футбольном стадионе, где игроки появятся только будущей осенью, плотным ковром зеленеет трава.

«Одной из первых задач, которые мы перед собой поставили, было сформировать за лето травяной покров,— рассказывает господин Булдин.— Поэтому в июне мы сняли все лишнее, отсыпали специальный грунт, засеяли специальную траву, поливали, косили, подсеивали — и в итоге сформировали отличный дерн. Что касается площадок с щебеночным покрытием, думаю, мы их через год поменяем. Они соответствуют строительным нормам, но вряд ли безопасны. Сейчас все выполнено в соответствии с проектом, чтобы не было вопросов от органов федерального и регионального надзора. Потом выберем более безопасное покрытие. Да, это будет за свой счет, но это дешевле, чем те камни, которые полетят в застройщика и подрядчика, если этого не сделать».

Кроме того, «Ленрусстрой» безвозмездно передал администрации Ленобласти земельный участок под строительство поликлиники и два участка — Виллозскому поселению: один под полноценный стадион, другой — под поселковый дом культуры. По предварительным данным, реализовать эти объекты планируется по федеральной программе развития АПК. Есть еще участок под строительство спорткомплекса, но пока не определен механизм инвестиро-

вания — будет ли «Ленрусстрой» строить сам, привлекать других или использовать какие-либо государственные инструменты. Разрабатывается проект планировки соседней территории, где будут сформированы участки под строительство поликлиники, двух детсадов на 390 мест и школы (не менее чем на 1600 мест).

Девелопер оперирует схемой, в которой фигурируют (по мере убывания степени его влияния): квартира, парадная, двор, район, город. «Мы научились очень хорошо делать квартиры, парадные и дворы,— признается господин Жабин.— Но с районом только начинаем работать — с управляющими компаниями, с коммерческими структурами, с муниципальными чиновниками. Наш проект — это комплексное освоение территории, мы создаем целый район, здесь более 10 тыс. человек будет проживать. И мы можем влиять на их среду обитания».

Как назвать новые улицы, где разместить и как оформить остановки общественного транспорта, кто придет в качестве арендаторов в отведенные для них коммерческие помещения — эти и многие другие вопросы девелопер пытается решать совместными усилиями со специалистами, чиновниками и будущими жителями.

Так, бульвар в центре поселка получил имя десантника Вадима Чугунова, на нем открыт памятник в виде стилизованного купола парашюта — можно сказать, у местных молодоженов (и не только) появилось собственное место для фотографий. Бульвар вымощен плиткой, здесь множество развлекательного оборудования для детей всех возрастов и уютные уголки для отдыха: воркаут, площадки с различными покрытиями, качели, деревянные скамейки с навесами. А в одном из дворов открылась «первая очередь» того, что застройщик в документах называет play hub, а неофициально — «4,5 га счастья». Это огромное игровое пространство с различ-

ными спортивными площадками, качелями, тренажерами, беговыми дорожками, горками, зонами отдыха, батутами. И бульвар, и плей-хаб реализованы пока только наполовину: те территории, которые находятся в зоне строительства нового жилого дома, еще продолжают обустраиваться. С учетом опыта, накопленного в ходе эксплуатации уже построенного: если жители отметили «опасные» острые углы, выбирается оборудование без них; если резиновое покрытие быстро вытаптывается, в следующий раз положат потолще; специальное ограждение на бульваре отделит проезжую часть от пешеходной. Внимание к деталям — от крючков для рюкзаков и подстаканников на детской площадке до безбарьерной плитки в прогулочной зоне — одно из основных отличий проекта.

«Плей-хаб и бульвар мы изначально не планировали,— подводит итог Максим Жабин.— Но они появились, потому что это важно для среды. Повлияло ли это на себестоимость? Да, она выросла. На стоимость квадратного метра? Нет. Мы строим дома в чистом поле, так давайте делать так, чтобы нам самим хотелось в них жить. Конечно, с точки зрения девелоперского бизнеса это добавленная стоимость. Но отдельно взятый продукт не добавит больших цифр к стоимости квадратного метра. Зато это начинает цениться людьми. Потому что у нас огромное количество спальных районов, которые не обеспечены простыми, базовыми вещами. Теперь люди в спальных районах хотят не только спать. Они хотят в них жить. Начинает формироваться среда, коммерческие помещения заполняются соответствующими арендаторами, которых ты никогда здесь не увидел бы, если бы не было центра притяжения. Это и есть среда. Несколько лет назад это делали немногие девелоперы, это была мода. Сейчас это тренд. Еще год или два — и это будет во всех проектах». ■

Льготную ипотеку оценили не все регионы

В третьем квартале 2020 года в России на первичном рынке жилья продажи выросли почти на 30%. Однако картина по стране неравномерная: в тридцати регионах страны число сделок снизилось или же не было продаж вовсе.

Денис Кожин

ЦИАН проанализировал спрос на первичном рынке недвижимости России в третьем квартале 2020 года по свежим данным, опубликованным Росреестром 17 ноября. Статистика Росреестра учитывает все зарегистрированные ДДУ, в том числе машино-места, кладовки и другие объекты долевого строительства, а также сделки с юридическими лицами.

В третьем квартале 2020 года заключено 209,9 тыс. ДДУ на первичном рынке РФ (+29% за год, +60% за квартал). Без учета столичного региона — Москвы и Московской области — прирост существенно ниже: +24% за год и +46% за квартал. Льготная ипотека не помогла установить новый рекорд. Количество сделок в третьем квартале 2020 года — на 14% меньше, чем во втором квартале 2019 года (перед вступлением поправок в 214-ФЗ). За первые три квартала 2020 года на первичном рынке РФ заключено 489 тыс. ДДУ, и это на 19% ниже, чем за аналогичный период 2019 года. На третий квартал пришлось 43% всех сделок.

Льготная ипотека не смогла поддержать рынок в 30 российских субъектах: в шести из них не заключено ни одного ДДУ. Еще в 24 число сделок в третьем квартале 2020 года снизилось в годовой динамике. С открытием эскроу-счетов

прошло 37% сделок в третьем квартале 2020 года. В Москве на сделки с эскроу-счетами пришлось 30%, в Московской области — 15%, в Санкт-Петербурге — 12%, в Ленинградской области — 41%. В трех из восьми федеральных округов продажи за год снизились.

Третий квартал оказался рекордным только за последний год. Несмотря на льготную ипотеку, число сделок оказалось ниже, чем во втором квартале 2019 года на 14% — это был последний квартал перед вступлением в силу новых поправок в 214-ФЗ, сообщает ЦИАН. Тогда, опасаясь резкого роста цен на жилье, активность клиентов была выше текущей, несмотря на то, что ипотека на новостройки выдавалась под стандартный процент (9,82% в июне 2019 года). Часть сделок второго квартала прошлого года прошла «внутри застройщиков» (тогда, чтобы достигнуть необходимой доли продаж жилья, при которой девелопер может продавать жилье по старым правилам, девелоперы выкупали жилье сами у себя), однако на такие сделки приходилось не более 20% от общего объема. Соответственно, даже если сделать поправку на такие сделки, текущая активность покупателей-физлиц на рынке сопоставима, но не максимальна —

Регионы с наибольшим приростом сделок в третьем квартале 2020 года

Регион	Количество ДДУ		Прирост за год, %
	в III кв. 2019 г.	в III кв. 2020 г.	
Томская область	13	193	1385
Кемеровская область	235	739	214
Саратовская область	719	1 613	124
Челябинская область	1 431	2 970	108
Удмуртская республика	1 188	2 353	98
Пермский край	2 256	4 433	96
Республика Калмыкия	54	106	96
Брянская область	759	1 472	94
Алтайский край	1 524	2 949	94
Орловская область	502	956	90
Республика Татарстан	3 559	6 353	79
Республика Крым и Севастополь	1 552	2 676	72

Источник: расчеты Аналитического центра ЦИАН по данным Росреестра

Регионы с максимальным годовым падением сделок в третьем квартале 2020 года

Регион	Количество ДДУ		Динамика за год, %
	в III кв. 2019 г.	в III кв. 2020 г.	
Республика Ингушетия	31	3	-90
Чеченская республика	114	26	-77
Республика Мордовия	172	67	-61
Республика Дагестан	455	203	-55
Республика Алтай	39	19	-51
Иркутская область	3 032	1 570	-48
Псковская область	616	329	-47
Хабаровский край	1 035	697	-33
Республика Марий Эл	986	771	-22
Республика Саха (Якутия)	1 537	1 226	-20
Смоленская область	969	776	-20

Источник: расчеты Аналитического центра ЦИАН по данным Росреестра

Общероссийский рынок

Количество ДДУ в РФ в 2019-2020 годах

	2019 год	2020 год	Динамика за год, %
Первый квартал	201,6	147,8	-27
Второй квартал	242,8	131,3	-46
Третий квартал	162,7	209,9	29
Три квартала	607,1	489	-19

Источник: расчеты Аналитического центра ЦИАН по данным Росреестра

Динамика числа сделок по федеральным округам и количество сделок на 100 тыс. человек

Федеральный округ	Количество ДДУ		Динамика относительно в III кв. 2019 г., %	Число сделок на 100 тыс. населения
	в III кв. 2020 г.	кол-ва ДДУ, %		
Центральный	74 829	36	39	190
Северо-западный	31 758	15	-2	227
Южный	24 485	12	36	149
Северо-Кавказский	2 930	1	-2	30
Приволжский	36 675	17	55	125
Уральский	17 397	8	36	141
Сибирский	17 327	8	25	101
Дальневосточный	4 455	2	-10	55

Источник: расчеты Аналитического центра ЦИАН по данным Росреестра

льготная ипотека только поддерживает спрос.

В третьем квартале 2020 года в десятке лидирующих по количеству ДДУ регионов зарегистрировано 124,1 тыс. сделок (59% от общего количества). По сравнению с прошлым годом концентрация сделок в регионах-лидерах не изменилась (год назад на 10 регионов-лидеров также приходилось 59% ДДУ).

Лидерами по числу сделок в третьем квартале 2020 года стали Москва (14,7% сделок от общего числа по РФ), Московская область (10,9%), Санкт-Петербург (8,5%), Краснодарский край (6,1%) и Новосибирская область (3,8%). В десятку также вошли Свердловская, Ростовская, Ленинградская, Тюменская области, Татарстан.

Из лидирующих регионов только в Санкт-Петербурге показатели третьего квартала 2020 года оказались хуже, чем в 2019 году. Падение составило 11%. Эксперты связывают отрицательную динамику со структурой предложения. По

подсчетам ЦИАН, в 2020 году за первые десять месяцев 2020 года в Санкт-Петербурге стартовали продажи около 3 млн кв. м квартир и апартаментов, тогда как в прошлом году — около 7 млн кв. м. Последний раз столь незначительный объем новых корпусов фиксировался в 2016 году (2,7 млн кв. м).

Лидерами по приросту спроса в годовой динамике стали Татарстан (+79%), Новосибирская (+58%) и Ростовская области (+57%). В Москве прирост составил 43%, в Московской области — 50%. Список лидирующих субъектов с прошлого года практически не изменился: в десятку вошел Татарстан, вытеснивший Воронежскую область.

Рекордно низкие ставки по ипотеке привели к росту активности покупателей. Но далеко не во всех регионах субсидирование смогло увеличить сделки в новостройках. В шести субъектах РФ в третьем квартале 2020 года не зарегистрировано ни одного ДДУ: Мурманская область, Карачаево-Черкесия, Тыва, Камчатский край, Магаданская область

Регионы с наибольшей долей сделок с эскроу-счетами в третьем квартале 2020 года

РЕГИОН	ДОЛЯ ДДУ	КОЛИЧЕСТВО	КОЛИЧЕСТВО
	С ЭСКРОУ-СЧЕТАМИ, %	ДДУ	ПО ЭСКРОУ
РЕСПУБЛИКА КАЛМЫКИЯ	100	106	106
РЕСПУБЛИКА ИНГУШЕТИЯ	100	3	3
РЕСПУБЛИКА МОРДОВИЯ	100	67	67
ЯМАЛО-НЕНЕЦКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ	97	156	152
КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	97	257	249
ТОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	84	193	163
ЧУВАШСКАЯ РЕСПУБЛИКА	83	2 606	2 161
ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	82	5 617	4 612
ОРЕНБУРГСКАЯ ОБЛАСТЬ	74	1 391	1 035
ПРИМОРСКИЙ КРАЙ	72	1 425	1 026
ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ	72	697	501
ИСТОЧНИК: РАСЧЕТЫ АНАЛИТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА ЦИАН ПО ДАННЫМ РОСРЕЕСТРА			

и Чукотский АО, Еврейская АО. Еще в 24 субъектах количество сделок в третьем квартале 2020 года в сравнении с третьим кварталом 2019 года снизилось. Таким образом, льготное кредитование не стало «спасательным кругом» для трех десятков российских регионов, где продажи новостроек продолжают снижаться, несмотря на рекордно низкие за всю историю ставки по кредиту. Наибольшая доля регионов с отрицательной динамикой спроса — в Северо-Кавказском, Сибирском и Дальневосточном федеральных округах.

Лидерами по росту спроса стали Томская область (в 15 раз больше сделок, чем годом ранее), Кемеровская область (в три раза больше ДДУ) и Саратовская область (в 2,2 раза больше ДДУ). Такой значительный прирост связан с изначально невысокими продажами в прошлом году.

Наибольшее падение сделок в годовой динамике зафиксировано в Ингушетии (–90%, где прошли всего три сделки), Чечне (–77%, 26 ДДУ), Мордовии (–61%, 67 ДДУ). Только в двух из десятка регионов с наибольшим падением сделок число ДДУ превысило тысячу за квартал. Это Иркутская область (–48%, 1,57 тыс. сделок) и Якутия (–20%, 1,23 тыс. сделок).

В третьем квартале 2020 года 37% ДДУ было заключено с открытием эскроу-счетов в целом по РФ. Для сравнения, в третьем квартале 2019 года доля со-

ставляла всего 8%. Не все регионы активно переходят на новые правила. В четырех регионах, где прошла хотя бы одна сделка на первичном рынке, не зарегистрировано ни одного договора по новым правилам: Кабардино-Балкарская Республика, Чечня, Омская область, Забайкальский край.

Абсолютно все сделки с открытием эскроу-счетов прошли в третьем квартале 2020 года в Калмыкии, Ингушетии и Мордовии. 97% сделок с эскроу-счетами заключено в Ямало-Ненецком АО и Курганской области. В Москве на сделки с эскроу-счетами пришлось 30% ДДУ, в Московской области — 15%, в Санкт-Петербурге — 12%, в Ленинградской области — 41%.

В третьем квартале 2020 года в годовой динамике продажи снизились в трех из восьми федеральных округов: Северо-Западном (–2%), Северо-Кавказском (–2%) и Дальневосточном (–10%). Причем в последнем действует «дальневосточная ипотека» под 2% годовых.

По подсчетам ЦИАН, наибольшее число сделок по федеральным округам в третьем квартале 2020 года пришлось на Центральный федеральный округ — 36% сделок. В пересчете же на численность населения лидером оказывается СЗФО (227 сделок на 100 тыс. жителей). Для сравнения, в Центральном округе прошло 190 ДДУ на 100 тыс. жителей. Самые низкие показатели зафиксированы в Се-

веро-Кавказском федеральном округе: 30 ДДУ на 100 тыс. человек.

«Льготное кредитование не стало универсальным решением поддержки строительной отрасли и жителей во всех регионах», — комментирует Алексей Попов, руководитель аналитического центра ЦИАН. — Рекордные продажи сегодня наблюдаются в экономически благополучных субъектах с относительно высоким уровнем доходов населения и девелоперской активностью. Одновременно треть регионов столкнулась с падением спроса. Только за счет субсидирования не уда-

ется поддержать прошлогодний «допандемийный» уровень продаж, что связано не только с обеднением населения, но и с существенным ростом цен на первичном рынке. Без учета столичного региона спрос выше прошлогоднего всего на четверть, то есть минимальная ставка не стала причиной рекордного спроса на фоне общего негативного фона. В сравнении с прошлым годом (с первыми тремя кварталами) текущие продажи в регионах хуже на 21%. Поэтому даже за счет пролонгации субсидирования достичь прошлогодних показателей вряд ли удастся». ■

ТЕНДЕНЦИЯ ДОСТУПНАЯ ИПОТЕКА ПОБЕЖДАЕТ СТУДИИ

В третьем квартале 2020 года спрос в сегменте новостроек, приобретаемых по ипотеке, сместился со студий в сторону одно- и двухкомнатных квартир.

Государственная программа льготного ипотечного кредитования сделала более просторное жилье доступным большему числу покупателей. По данным консалтингового центра «Петербургская недвижимость», структура ипотечных сделок в Петербурге с июля по сентябрь 2020 года выглядит следующим образом: студии — 23%, однокомнатные квартиры — 44%, двухкомнатные — 25%, трехкомнатные и более — 8%. По сравнению с аналогичным периодом 2019 года доля студий снизилась: ранее она составляла 29%. Произошло это за счет увеличения доли одно- и двухкомнатных квартир. При этом, учитывая высокую активность покупателей и общий рост количества квартир, приобретенных с помощью ипотечных средств, по всем типам жилья отмечен рост спроса.

Средний бюджет покупки в ипотеку в третьем квартале составил 5,6 млн рублей. Программа государственного льготного кредитования в Петербурге распространяется только на новые квартиры стоимостью до 12 млн рублей, традиционно сделки с таким бюджетом составляют до 95% на первичном рынке.

В сегменте более дорогих квартир ситуация с введением программы льготного кредитования сильно не изменилась. «Среди клиентов "Петербургской недвижимости" квартиры дороже 12 млн рублей по ипотеке покупают 55% клиентов (51% в начале года), 29% пользуются рассрочкой (ранее 27%), оставшиеся — это стопроцентная оплата», — прокомментировала Ольга Трошева, руководитель консалтингового центра «Петербургская недвижимость». **Денис Кожин**

ПЕТЕРБУРГ ДОРОЖАЕТ БЫСТРЕЕ ВСЕГО
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОШЕЛ В ТОП-5 РЕЙТИНГА ГОРОДОВ ПО РОСТУ ЦЕН
С ПОКАЗАТЕЛЕМ 16,2%, В МОСКВЕ ОТМЕЧЕНА ДИНАМИКА В 2,4%. ДЕНИС КОЖИН

По итогам второго квартала 2020 года лидером рейтинга 150 городов по росту цен на жилье Global Residential Cities Index стал Измир (+28%). На втором и третьем местах также турецкие города — Анкара (+26,4%) и Стамбул (+20,2%). Санкт-Петербург переместился с шестого на пятое место, Москва — со 143-го на 92-е место. При этом 19% городов фиксируют среднегодовое снижение цен.

Годовой темп роста цен незначительно снизился: с 3,6 до 3,4% в период с марта по июнь текущего года. Во втором квартале сделки на многих рынках жилья были приостановлены из-за пандемии, таким образом, некоторые сделки остались незавершенными и перешли в следующий квартал.

Россия и страны СНГ лидируют с ростом стоимости жилья на 10% по сравнению с первым кварталом 2020 года, опережая Ближний Восток и Северную Америку.

Турецкие города в настоящее время занимают три верхние строчки рейтинга. Рост спроса и ограниченное предложение связаны с ослаблением национальной валюты и объясняют уровень роста цен на жилье. В стране зафиксированы инфляция на уровне 12% и сравнительно низкая стоимость недвижимости по сравнению с большинством европейских рынков, например, Франции, Испании, Италии. Кроме того, по данным Всемирного банка, только за последнее десятилетие на-

селение Турции увеличилось на 12 млн и составило 83 млн человек.

В то же время в рейтинге отмечаются некоторые признаки снижения показателей роста. Во-первых, доля городов, в которых из года в год цены падают, выросла с 15 до 19% в период с марта по июнь 2020 года. Во-вторых, за второй квартал количество городов, где наблюдалось двукратное повышение цен, сократилось с 20 до 16.

Теперь только два европейских города входят в первую десятку рейтинга — Люксембург (+13,9%) и Загреб (12,6%). При этом Люксембург является самым сильным игроком, поднявшись в рейтинге с 16-го на седьмое место. В итальянских городах был зафиксирован рост цен в среднем на 3%, по сравнению с нулем годом ранее, при этом Милан лидирует с годовым ростом в 11%.

В двух из трех отслеживаемых шведских городов, в которых официально не вводились карантинные меры в период пандемии, наблюдается увеличение темпа роста. Так, годовой рост цен в Стокгольме составил 5–6%, в Гетеборге — 2–4%. Феникс, где рост цен составил 9%, лидирует среди других городов США, которые входят в рейтинг. В среднем в городах США годовой темп роста цен снизился с 4,2 до 3,9% в период с марта по июнь 2020 года.

Ольга Широкова, директор департамента консалтинга и аналитики Knight Frank, комментирует: «Второй квартал 2020 года,

начавшись с достаточно сложной ситуации нестабильности и неопределенности в условиях пандемии, в итоге продемонстрировал подъем на рынке жилой недвижимости. В июне после частичной отмены запретов можно было увидеть заметную активность рынка. Восстанавливающийся спрос и меры поддержки, введенные государством, подтолкнули цены на жилую недвижимость Москвы вверх, и мы ожидаем дальнейшего роста».

Николай Пашков, генеральный директор Knight Frank St. Petersburg, говорит: «Причинами положительной динамики по-прежнему остаются сниженные процентные ставки по ипотеке и нестабильный курс валют. Вслед за ценами первичного рынка повышается и стоимость квартир на вторичном рынке. Зачастую реализация недвижимости на вторичном рынке является возможностью улучшить жилищные условия и приобрести жилье в новом доме. Таким образом, оценивая свои возможности и постоянный рост цен на первичном рынке, владельцы вынуждены повышать стоимость продаваемого ими жилья».

Марина Шалаева, директор по зарубежной недвижимости Knight Frank, указывает, что, несмотря на снижение активности на большинстве рынков в связи с пандемией, во втором квартале 2020 года отмечается внушительный прирост цен во многих локациях, например, в Милане, Триесте, Берлине, Женеве: это города,



РОССИЯ И СТРАНЫ СНГ ЛИДИРУЮТ С РОСТОМ СТОИМОСТИ ЖИЛЬЯ НА 10% ПО СРАВНЕНИЮ С ПЕРВЫМ КВАРТАЛОМ 2020 ГОДА, ОПЕРЕЖАЯ БЛИЖНИЙ ВОСТОК И СЕВЕРНУЮ АМЕРИКУ

которыми активно интересуются российские покупатели с целью приобретения жилой и коммерческой недвижимости. Кроме того, рост показали направления, где предлагаются программы ВНЖ и гражданства, например, Португалия и Кипр, а также Турция, которая рассматривается как мост между Востоком и Западом, и за последние два года здесь наблюдается приток зарубежных инвестиций в недвижимость. ■

ПРИВЫКАНИЕ К ПАРКИНГУ

НЕСМОТЯ НА АКТИВНУЮ АВТОМОБИЛИЗАЦИЮ НАСЕЛЕНИЯ ПОСЛЕДНИХ ДЕСЯТИЛЕТИЙ, ПАРКИНГИ ПО-ПРЕЖНЕМУ НЕ ПОЛЬЗУЮТСЯ АКТИВНЫМ СПРОСОМ У ПОКУПАТЕЛЕЙ НОВОГО ЖИЛЬЯ. ЧАСТО ЗАСТРОЙЩИКИ ВЫНУЖДЕНЫ ИХ ПРОДАВАТЬ ПРАКТИЧЕСКИ ПО СЕБЕСТОИМОСТИ.

РОМАН РУСАКОВ

Застройщики в крупных проектах, помимо размещения машино-мест на прилегающей территории, как правило, стараются строить крытые парковки. Тенденция последнего времени: на смену подземным паркингам под жилыми домами приходят многоуровневые паркинги, стоящие отдельно. При этом все чаще можно встретить предложения с закрытыми дворами, куда автомобили допускаются только для погрузки и разгрузки, что повышает как уровень комфорта для жителей дома, так и спрос на машино-места в паркингах.

Еще один тренд: согласованная организация в паркингах мест для хранения вещей жильцов, установка боксов. «Все-таки не для всех вещей может найтись постоянное место в квартире, например, для сезонного инвентаря. Тут важно, чтобы при организации хранения в паркинге соблюдались необходимые нормы и правила, в том числе противопожарной безопасности», — поясняет Дмитрий Ефремов, руководитель аналитического центра компании «Главстрой Санкт-Петербург». Он отмечает, что машино-места зачастую наиболее активно продаются уже после ввода дома в эксплуатацию. «Для того чтобы оценить все преимущества собственного парковочного места, может потребоваться время, проживание в уже заселенном доме, когда жильцы активно паркуются во дворе», — указывает господин Ефремов.

Роман Мирошников, исполнительный директор СК «Ойкумена», отмечает, что для застройщиков паркинги не создают значительного финансового потока — это обязательство, которое несет девелопер. При отсутствии участков для наземных паркингов компании обязаны построить подземный, что значительно дороже открытого. «При этом, несмотря на принятие в 2017 году 315-ФЗ, позволяющего регистрировать машино-место как объект недвижимости, парковочные места уходят очень сложно. Поэтому, как правило, и цена их не намного выше себестоимости, а для стимулирования спроса многие прибегают к подарочным акциям и скидкам. Например, при покупке трехкомнатных и больших квартир их дарят», — сообщает он.

Управляющий партнер аналитического агентства WMT Consult Екатерина Косарева говорит, что, как правило, застройщики предлагают два варианта предоставления парковочного места: прямая продажа и сдача в аренду. Если покупатель приобретает жилье для личного проживания и планирует остаться там надолго, место выгоднее приобрести: оно постепенно окупится (за 6–15 лет).

Дмитрий Михалев, руководитель отдела по связям с органами государственной власти компании «СПб Реновация», отмечает, что в Петербурге сложная ситуация с грунтами, поэтому требуется ресурсоемкая работа по строительству подземных паркингов. «Нередко себестоимость машино-места в подземном паркинге в массовом сегменте в два-три раза выше,



СТОИМОСТЬ МАШИНО-МЕСТА В ПАРКИНГЕ ЖИЛЬЯ ЭКОНОМ-КЛАССА И В ЭЛИТНЫХ КОМПЛЕКСАХ СЕГОДНЯ МОЖЕТ РАЗЛИЧАТЬСЯ В 20 РАЗ

чем цена его реализации. Но даже эта цена кажется многим дольщикам высокой, и они предпочитают парковаться во дворах домов», — сокрушается эксперт.

ЗАВИСИМОСТЬ ОТ КЛАССА Цена машино-места зависит напрямую от класса здания, этажа парковки, если она многоуровневая. Средние цены по Санкт-Петербургу — 800–900 тыс. рублей в подземном паркинге и почти вдвое меньше — 400–500 тыс. рублей — на улице. Как говорит госпожа Косарева, застройщики в домах эконом-класса предлагают места дешевле — примерно за 300 тыс. рублей (в ЖК «Новое Янино» — от 220 тыс. рублей, в ЖК «Цивилизация» — от 365 тыс. рублей), в элитных ЖК — дороже, от 1 млн рублей. «За пределами городской черты цены примерно в два раза ниже, чем в городе. Примечательно, что именно в Санкт-Петербурге появилась тенденция к снижению стоимости парковочного места — на фоне роста цен в среднем по России. Застройщики очень лояльны к покупателям: предлагают различные варианты оплаты, рассрочку, участие в акциях, скидки, ипотека (с ограничениями). Даже предлагают в подарок к купленной квартире. Если приобрести парковочное место еще на стадии строительства, оно обойдется дешевле, но это правило не абсолютно: иногда, в зависимости от продаж, застройщики меняют стоимость места под спрос. В закрытых подземных паркингах места всегда дороже, чем в наземных многоуровневых», — говорит госпожа Косарева. По ее словам, аренда машино-места обойдется в 2,5–10 тыс. рублей в месяц, не считая расходов управляющей компании на содержание и обслуживание парковки (еще около 2 тыс. рублей в месяц). Вариант с арендой подойдет тем, кто снимает квартиру или в скором времени намерен поменять место жительства.

«Очевидно, что цена паркинга зависит от уровня объекта. Но и спрос также напрямую коррелирует с классом дома. Так, в эконом- и комфорт-классах до 30–40% парковочных мест не раскупается на этапе строительства и в течение первого года после ввода дома в эксплуатацию. В бизнес-классе и элитных комплексах маржа застройщика значительно выше, но и машино-места покупатели приобретают еще на этапе строительства, одновременно с квартирой», — полагает Виталий Коробов, директор группы «Аквилон».

ЭВОЛЮЦИЯ АВТОМОБИЛИСТА Директор по маркетингу и продукту Legenda Всеволод Глазунов комментирует: «Если говорить про сегмент качественного городского жилья, то еще несколько лет назад покупка парковочного места воспринималась как дополнительная опция, улучшающая комфорт проживания в комплексе. Сегодня же, когда практически у каждого покупателя, приобретающего недвижимость для себя, есть автомобиль, иметь машино-место в паркинге стало осознаваемой потребностью».

Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers International, добавляет: «В премиальных проектах нет острых проблем с реализацией машино-мест — их продажа начинается на ранних этапах строительства. В массовом сегменте спрос на парковочные места во время строительства проекта на порядок ниже, а в некоторых комплексах эконом-класса к окончанию строительства может быть распродано меньше половины парковочных мест. Основная причина — их стоимость. Строительство парковок дорого обходится застройщикам, и часто они вынуждены продавать их по себестоимости строительства или даже ниже. В массовом сегменте стоимость машино-мест начинается

от 250 тыс. рублей и в некоторых проектах достигает 1 млн. Учитывая особенности спроса, некоторые застройщики закладывают стоимость паркинга в стоимость квартир, ведь покупатель массового сегмента скорее потратит данную сумму на улучшение жилищных условий. В проектах массового сегмента подземный паркинг встречается нечасто, поскольку себестоимость строительства подземного этажа гораздо выше наземных. К тому же она увеличивается по мере углубления (к примеру, стоимость строительства минус первого этажа на 10–15% превышает стоимость строительства первого этажа наземной стоянки, а второй будет дороже уже на 20–25%)».

Валерий Лазугин, заместитель генерального директора АН «Итака», отмечает, что иногда застройщики умышленно занижают количество машино-мест, чтобы увеличить их стоимость. «Также продажи машино-мест часто открываются ближе к окончанию строительства и зачастую намеренно, что влияет на их стоимость. Все же паркинги не пользуются бешеным спросом, и в ряде случаев строительные компании используют продажу машино-мест в маркетинговых целях, проводя такие акции, как «Паркинг в подарок» или «Паркинг за 50% от стоимости при условии покупки за наличные деньги», — делится он.

Премиальные комплексы имеют в составе подземные паркинги, которые оснащены охраной и видеонаблюдением, в них поддерживается оптимальный микроклимат, работают системы вентиляции, отопления и дымоудаления. Стоимость паркинга в проектах бизнес- и премиум-класса находится на уровне 1,5–2,5 млн рублей, в проектах элит-класса — 3,5–6,5 млн рублей, где 6,5 млн — стоимость «семейного» (расширенного парковочного места). → 38

ДОМА В РОССИИ СТАНОВЯТСЯ СТИЛЬНЫМИ

В последнее время люди все чаще задумываются о своем стиле. Стильная брендовая одежда, стильные красивые автомобили, стильные телефоны и гаджеты — и поэтому дома, в которых живут люди, тоже становятся стильными. При взгляде на дом мы сразу можем сказать, что за человек живет в нем, поэтому в наше время дома становятся индивидуальными и неповторимыми. Сейчас при разговоре о домах все реже упоминают, как и из чего сделан дом,— на первое место выходит то, как он выглядит, его стиль и функциональность. Об этом поговорили с руководством одного из лидеров в загородном строительстве, ГК «СтройСинтез»,— Виктором Лукиным и Владимиром Ивановым.

В наше беспокойное время, когда границы разных стран закрывают для посещения и людям все сложнее куда-нибудь выехать, многие стремятся уехать жить за город, и поэтому развитие загородного строительства началось с новой силой. Но как построить свой дом непохожим на другие? Сейчас существует множество архитектурных стилей, и выбрать подходящий иногда бывает не просто.

ДОМА В СТИЛЕ ФРЭНКА РАЙТА

Одним из самых распространенных архитектурных стилей в загородном строительстве является стиль Райта. Его придумал один из лучших архитекторов XX века Фрэнк Ллойд Райт. Дома в стиле Райта — это сочетание надежности, красоты и природы.

Архитектура этого стиля — это целая наука, в которой гармонично сосуществуют окружающая среда со своим ландшафтом, рельефом и человек.

Здесь нет четких прямоугольных пропорций, дом вписывается в ландшафт и условно теряется в нем. Стираются силуэты, ищется та грань, за которой эстетическое восприятие становится максимальным. Вода, рельеф, дом — все сочетается в проекте.

Дома, построенные Фрэнком Райтом, актуальны даже спустя 100 лет — такие как «Дом Роби» 1908 года (Чикаго) или «Дом над водопадом» 1937 года (Пенсильвания).

Его органическая архитектура очень популярна у современных архитекторов благодаря своему гармоничному расположению дома в окружающем ландшафте, большим свесам кровли и тенью, которые они создают. Но современные тенденции проникают во все наши сферы жизни, и загородное строительство не исключение, поэтому в домах этого стиля присутствуют большие панорамные окна и широкие открытые террасы.



ДОМА В СОВРЕМЕННОМ СТИЛЕ

И раз разговор зашел о современных тенденциях в загородном строительстве, то нельзя не отметить дома, построенные в современном стиле.

Можно бесконечно долго рассуждать о том, находится современная архитектура в состоянии упадка или подъема, но все же необходимо признать: в мире есть немало сооружений, которые способны одним своим видом вызывать целую бурю эмоций.

Некоторые из них созданы архитекторами с мировыми именами, некоторые — талантливыми самоучками. Одни вызывают шок, удивление, другие — улыбку, третьи — восхищение. Главное — они никого не оставляют равнодушными.

Современные архитектурные проекты зданий могут быть из различных материалов, таких как камень, бетон, кирпич, монолит, стекло и другие.

Особенностью современной архитектуры является смешение материалов при строительстве дома, использование наружного

освещения, отделка фасадов стеклом, оригинальные проектные решения и многое другое.

Выбор современного архитектурного стиля для загородного дома — это полет фантазии и дизайнерской мысли. Такой дом может стать единственным в своем роде или быть достаточно стандартным.

Выбор широк, главное — представлять, что ожидается от самого дома.

АНГЛИЙСКИЙ СТИЛЬ

Но есть множество людей, кому не по нраву современная архитектура или современные тенденции в строительстве, им приятен домашний уют и комфорт традиционных домов, и ярким представителем такого стиля является английский. Данный стиль активно развивался по миру с XVII века и на данный момент является одним из самых красивых и очаровательных архитектурных стилей, которые вы найдете.

Дома спроектированы таким образом, чтобы снаружи можно было увидеть внутрен-

нюю часть дома. Вот почему великолепные фасады английских коттеджей напоминают открытое приглашение, которое вызывает в воображении идею теплого и уютного дома внутри.

Вероятно, именно поэтому этот стиль дает нам дома, которые визуально привлекательны, полны традиций, с их великолепной работой по дереву и натуральным кирпичом. Замысловатые крыши, уютные веранды и щедрые окна отмечают этот уникальный стиль.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сейчас в России активно развивается загородное строительство, где люди воплощают в жизнь свои смелые идеи, но эти идеи собирают в себе не только лучший мировой опыт, но и отечественный. В конце XIX и начале XX веков у нас в стране было множество талантливых архитекторов, получивших мировое признание, например Роман Федорович Мельцер или Владимир Иванович Чагин. Их работы до сих пор радуют жителей и гостей Санкт-Петербурга и Москвы.

Сейчас появляются новые архитекторы, которые, опираясь на многовековой опыт строительства, помогут вам воплотить в жизнь ваши мечты о стильном и уютном доме.



СТРОЙСИНТЕЗ

СТРОИТЕЛЬСТВО ЗАГОРОДНЫХ ДОМОВ

Санкт-Петербург, Северный пр., д. 7

9810311@gmail.com

8 (812) 981-03-11

stroysynte.ru



ГК «СТРОЙСИНТЕЗ» — ЭТО АРХИТЕКТУРНОЕ БЮРО И СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ ЗАГОРОДНЫХ КОТТЕДЖЕЙ.

36 → «Из новшества — в городе все чаще стали появляться проекты с механизированными/пазловыми парковками. Машины поднимаются на второй ярус при помощи подъемников, что позволяет создать в проекте больше парковочных мест, не прибегая к возведению дополнительного этажа», — отмечает госпожа Конвей.

Всеволод Глазунов говорит: «Что касается изменений, то мы наблюдаем ужесточение требований по обеспеченности проектов парковочными местами. Еще

одна тенденция — отказ девелоперов от парковок-этажерок, популярных даже в проектах комфорт-класса еще несколько лет назад. Застройщики понимают, что отдельно стоящий паркинг, хоть и дешевле в реализации, но уже не так интересен потребителю, выбирающему качественную недвижимость в городских локациях: во-первых, он не отвечает требованиям по организации современной комфортной среды проживания, во-вторых, не дает никаких преимуществ жителю с точ-

ки зрения удобства пользования, кроме гарантии припарковать свой автомобиль недалеко от дома. При этом современный покупатель отдает предпочтение проектам не просто с теплым подземным паркингом, а с возможностью спуститься на лифте прямо со своего этажа, не выходя на улицу».

Руслан Сырцов, коммерческий директор Glorax Development, замечает, что сейчас продуманные проекты предусматривают подземные паркинги с доступом

на этаж на лифте. Он согласен с коллегой из Legenda: «Открытые отдельно стоящие здания не так удобны для владельцев автомобилей, поэтому постепенно застройщики от них отказываются. Во многих домах есть возможность оборудовать в подземном паркинге места для зарядки электромобилей и мойки — это один из трендов создания комфортной среды для жителей дома, которые не просто покупают жилье, но также хотят иметь рядом всю необходимую инфраструктуру». ■

ЮНИТЫ ПОТЯНУЛИСЬ К ЖИЛЬЮ

В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ В ТРЕТЬЕМ КВАРТАЛЕ ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫРОС СПРОС НА НЕСЕРВИСНЫЕ АПАРТАМЕНТЫ, ПРЕДНАЗНАЧЕННЫЕ ДЛЯ СОБСТВЕННОГО ПРОЖИВАНИЯ. В ТО ЖЕ ВРЕМЯ СНИЖЕНИЕ ТУРПОТОКА ПОСТАВИЛО ПОД ВОПРОС СУЩЕСТВУЮЩИЕ ПРОГРАММЫ ДОХОДНОСТИ СЕРВИСНЫХ АПАРТАМЕНТОВ. ДЕНИС КОЖИН

К такому выводу пришли аналитики консалтинговой компании Colliers International. В третьем квартале спрос на городские апартаменты вернулся к докризисным показателям после драматического снижения во втором квартале. Так, если в первом квартале 2020 года объем реализованных площадей на первичном рынке апартаментов составлял 26,7 тыс. кв. м, то в апреле — июне продажи апартаментов снизились до 11 тыс. кв. м. По итогам третьего квартала уровень спроса восстановился до 27 тыс. кв. м.

Хотя объем проданной площади превысил уровень первого квартала, количество реализованных лотов уменьшилось с 1000 до 700 юнитов, что говорит об увеличении площади каждого проданного лота: средняя площадь реализованного апартаменты выросла с 26 кв. м в первом квартале 2020 года до 38 кв. м в третьем квартале 2020 года.

Это связано с изменением структуры спроса: в третьем квартале покупатели проявляли повышенный интерес к несервисным апартаментам, предназначенным для собственного проживания (buy-to-live). За июль — сентябрь доля несервисных апартаментов в общем объеме спроса составила 45%, что на 19% выше показателя первого квартала 2020 года. Преимущественным спросом пользовались проекты бизнес- и элит-класса: на них пришлось 66% от количества реализованных несервисных апартаментов. Например, в проекте Royal Park за третий квартал 2020 года было продано 37 элитных апартаментов площадью более 3,2 тыс. кв. м.

«На фоне рекордного роста цен на первичном рынке жилья многие покупатели стали рассматривать альтернативные варианты — вторичное жилье и апартаменты. За счет снижения ключевой ставки ЦБ ипотечные предложения стали более привлекательными и в этих сегментах», — поясняет Андрей Косарев, генеральный директор Colliers International в Санкт-Петербурге. — Смещение спроса в сторону несервисных апартаментов также логично: покупатели рассчитывают на надежное вложение средств, нежели на доход. Как правило, комплексы апартаментов бизнес- и элит-класса расположены в локациях, где стоимость качественной недвижимости будет



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

МАКСИМАЛЬНУЮ ДИНАМИКУ ЦЕН ПОКАЗАЛИ НЕСЕРВИСНЫЕ АПАРТАМЕНТЫ КОМФОРТ-КЛАССА, ГДЕ ЗА ГОД СРЕДНИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ВЫРОС НА 26%

долгосрочно расти. В то же время нулевой турпоток во время пандемии поставил под сомнение существующие программы доходности в некоторых проектах сервисных апартаментов».

Что касается цен, то максимальную динамику показали несервисные апартаменты комфорт-класса, где за год средний показатель вырос на 26% и составил 153 тыс. рублей за квадратный метр.

В бизнес-классе показатель за год увеличился на 8%, до 205 тыс. рублей за квадратный метр. Для сравнения, в третьем квартале стоимость жилой недвижимости бизнес-класса составила 198 тыс. рублей за квадратный метр, премиум-класса — 280 тыс. рублей.

Рост цен в несервисных апартаментах комфорт-класса обусловлен повышением уровня готовности проектов при от-

сутствии нового предложения, а также изменением состава экспозиции: были завершены продажи в проектах с низкой стоимостью. Повышение стоимости несервисных апартаментов бизнес-класса связано с дефицитом предложения: по состоянию на конец сентября в стадии продаж находилось чуть более 100 тыс. кв. м.

Что касается сервисных апартаментов (buy-to-let), то прирост средней стоимости квадратного метра в проектах комфорт- и бизнес-класса составил 24 и 4% соответственно. В абсолютных выражениях цены достигли 145 тыс. рублей за квадратный метр в комфорт-классе и 198 тыс. рублей в бизнес-классе. Помимо повышения уровня готовности проектов и перехода на проектное финансирование, на рост цен также повлияло улучшение концепций новых проектов: девелоперы активнее привлекали международных операторов для управления апарт-отелями.

«Пандемия и значительное снижение туристического потока сделали вопрос реальной доходности сервисных апартаментов наиболее актуальным. Теперь при выборе проекта для инвестиций интерес покупателей все больше будет смещаться в сторону девелоперов и управляющих компаний, в портфелях которых уже имеются успешно функционирующие проекты», — заключает господин Косарев.

В 2020 году рынок апартаментов пополнился тремя объектами: cOASIS Vertical, новый корпус в составе комплекса апартаментов Valo, а также комплекс элитных несервисных апартаментов «Дом Балле» от компании «Mega Хаус». При этом проекты cOASIS Vertical и Valo будут работать под международными брендами — Ramada Encore от Wyndham и Mercure от Accor Hotels соответственно. С начала года в эксплуатацию были введены два проекта апартаментов общей площадью 47,7 тыс. кв. м: YE'S Marata (ГК «Пионер») и Vertical We&I (Becar). Оба комплекса начали функционировать в третьем квартале 2020 года.

На данный момент объем первичного рынка апартаментов составляет более 700 тыс. кв. м в 32 проектах. Более 75% от этого объема сосредоточено в 19 проектах сервисного формата, резюмируют в Colliers International. ■

АПАРТАМЕНТЫ

УМНЫЙ КОМФОРТ

СИСТЕМА «УМНЫЙ ДОМ», УЖЕ ДАВНО КАК ПОНЯТИЕ ПРИСУТСТВУЮЩАЯ НА РЫНКЕ, ДО СИХ ПОР НЕ НАШЛА ШИРОКОГО ПРИМЕНЕНИЯ В РОССИИ. ЭКСПЕРТЫ ОБЪЯСНЯЮТ ЭТО ТЕМ, ЧТО ПОКУПАТЕЛЬ ЛИШЬ НЕДАВНО УДОВЛЕТВОРИЛ СПРОС НА КВАДРАТНЫЕ МЕТРЫ И ТОЛЬКО НАЧАЛ ЗАДУМЫВАТЬСЯ О ТОМ, КАК СДЕЛАТЬ ИХ КОМФОРТНЫМИ, В ТОМ ЧИСЛЕ — ТЕХНОЛОГИЧЕСКИ.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers International, считает, что перемены в девелопменте, более широкое внедрение систем «умный дом» — не скачок и не рывок, а серия небольших шагов, которые девелопер делает с покупателем вместе. «Популярность системы „умный дом“ растет, при этом внедрение новых технологических „фишек“ в квартире означает для покупателя не просто больший комфорт, а умение пользоваться всеми возможностями. Драйверами выступают девелоперы, в штате которых работают дизайнеры, которые активно ездят по миру, перенимают лучшие практики, чтобы предложить их на петербургском рынке, и этот опыт интересен покупателю», — считает она.

Марина Млодик, директор отдела продаж ЖК One Trinity Place, рассказывает: «В нашем проекте „умный дом“ мы предлагаем как опцию по желанию, которая оплачивается дополнительно. Не каждый покупатель запрашивает эту функцию, поэтому в нашем случае она опциональна — как при выборе комплектации автомобиля».

«Сейчас в наших домах применяется система In-Home — „умный дом“. Она уже внедрена в проекте „Q-мир“, и ее планируется использовать во всех новых проектах компании. В частности, в нее входит IP-домофония с интерактивным многофункциональным экраном в каждой квартире и возможностью вывода на него или на мобильный телефон изображений с различных камер видеонаблюдения (холл, лифт, детский клуб, детская площадка). В квартирах установлены датчики защиты от дыма и протечек, а также предусмотрена возможность быстрого подключения встроенной сигнализации и тревожной кнопки. При срабатывании датчиков сигнал поступит на пульт диспетчера и на мобильное приложение в телефоне владельца», — рассказывает Виталий Коробов, директор группы «Аквилон».

Чаще всего девелоперы признают, что пока внедряют элементы «умного дома» в маркетинговых целях, заработать на них — по крайней мере строители — не надеются. Виолетта Басина, гендиректор ГК Otakulma, говорит: «В наших автономных и резервных системах энергоснабжения будут и элементы „умного дома“. Это не дает прямого увеличения прибыли в проекте, но может стать маркетинговой „фишкой“, позволяющей привлечь дополнительных клиентов. Это хорошая „игрушка“, которая пока не влияет на решение покупателей о приобретении жилья в том или ином проекте. В каком-то смысле это модное веяние, и что считать „умным домом“ — каждый понимает по-своему. То, что чайник подключен к Wi-Fi и ты можешь его дистанционно включить, — это „фишка“, но ценность ее не так велика».

Тимур Дасаев, генеральный директор компании «Дачный сезон», считает, что

«умный дом» пока внедряется в жилье класса премиум, однако обращает внимание, что устройства такого типа приобретает, по статистике проекта Hi-Tech Mail.ru, уже каждый десятый домовладелец. «Другой вопрос в том, что он, как правило, не оснащает дом „умными“ системами полностью, а выбирает одну-две из них, например, контроль систем освещения, теплый пол, видеонаблюдение, пожарную и аварийную сигнализацию, системы кондиционирования и вентиляции. Знает о таких системах более 80% владельцев домов, около 30% ими пользуется», — говорит он.

В целом, по исследованиям Discovery Research Group, объем рынка «умных домов» растет ежегодно на 11–12%, в ближайшие годы прогнозируется рост до 16–17%. «Нужна ли система „умный дом“ в России? Я убежден, что пока для нас это из разряда излишеств. Для дачи, если брать в расчет посещение дома по выходным, подойдет базовая система, которая отправляет СМС при отключении света, при попытке проникнуть в дом. Полноценный „умный дом“, когда владелец централизованно управляет освещением, включает теплые полы, открывает гараж, ворота, жалюзи, стоит дорого и для широкого сегмента покупателей пока недоступен», — считает господин Дасаев. — На

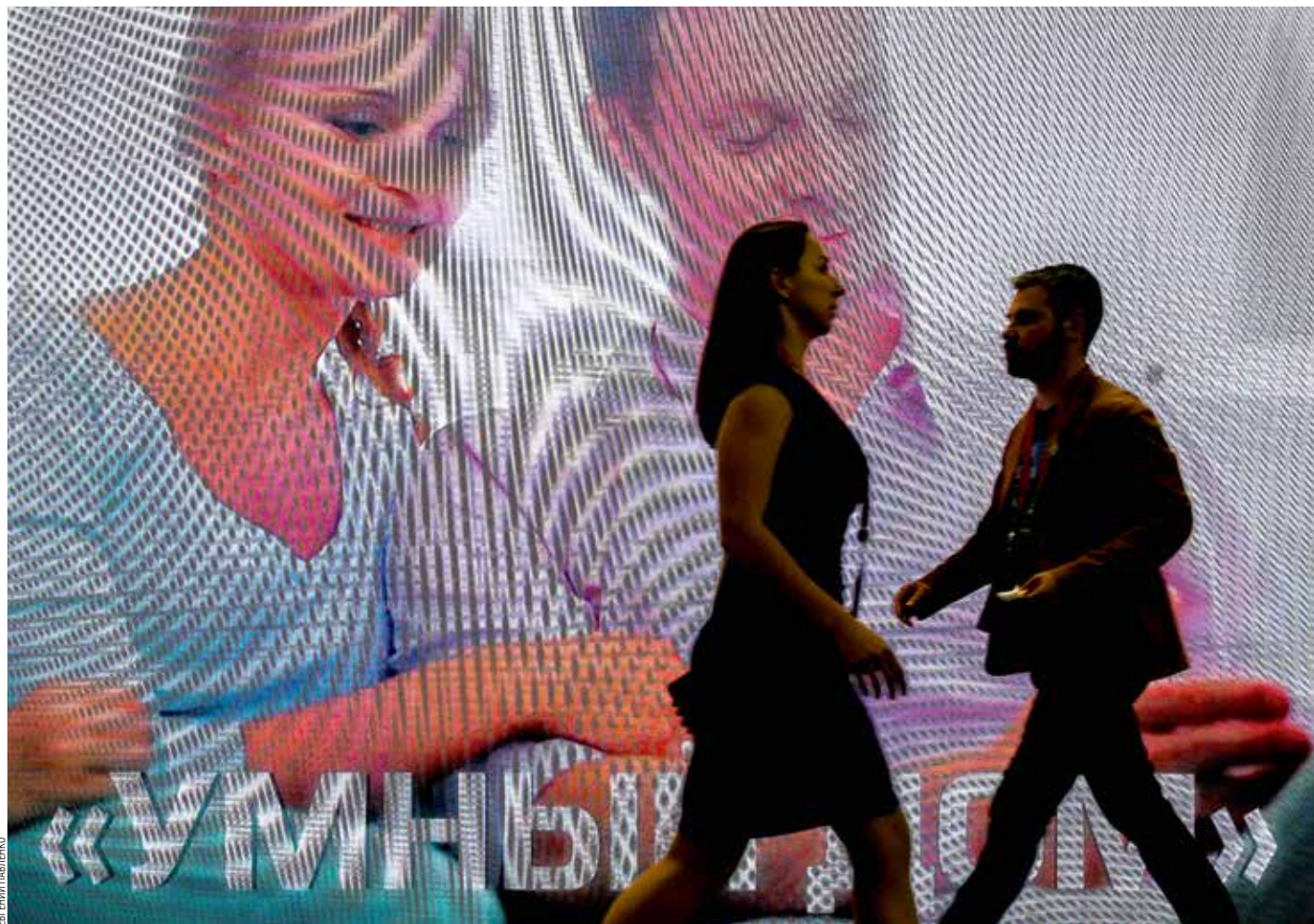
YouTube легко найти видео, как люди что-то делают и собирают сами, докупают элементы в интернет-магазинах, собирают чипы и платы. Ведь компании, которые занимаются установкой, просят немалые деньги. Поэтому широкой аудитории без технических навыков и лишних денег приходится довольствоваться максимум „умными“ лампочками, меняющими цвет, и GSM-антивор-системами». Он считает, что система «умный дом» пока полностью окупиться не может. «Если электроэнергию, газ, воду еще можно сэкономить, то такие опции, как мультимедиа, кондиционирование, вентиляция, — это не более чем удобство и имидж владельца. Экономия на коммунальных платежах тоже условна — она займет годы, а вместе с тем очень сложно прогнозировать, как изменятся тарифы через 5–10 лет, да еще и в конкретном поселке. В связи с этим крайне сложно предсказать и реальную стоимость эксплуатации. Она зависит от очень многих вводных: конкретного проекта, его сложности, цен на услуги в регионе и в населенном пункте. Такие расчеты сможет сделать только компания на установке „умных“ систем, изучив локацию и проект», — указывает господин Дасаев.

Управляющий партнер Point Estate Павел Трейвас сегодня оценивает долю элитного жилья, оснащенного системой

«умный дом», в 5–7%, но при этом так называемые элементы «умного дома» (например, автоматизация управления климатом, освещением или звуком) применяется примерно в 60% строящихся объектов класса премиум и выше.

Он также признает, что систему «умный дом» обычно реализуют не для экономии, а для повышения уровня комфорта. «К примеру, на дом площадью 700 кв. м элемент „умного дома“, отвечающий за управление освещением и приводами штор (без стоимости осветительных приборов и карнизов), стоит 1,7 млн рублей, система управления климатом (без стоимости самих климатических систем) — 800 тыс. рублей, одна аудиозона (колонки и необходимое оборудование) — около 120 тыс., мультирум на восемь зон — в районе 960 тыс. рублей. Возможна некоторая экономия потребления электроэнергии за счет применения и настройки определенных сценариев управления освещением, но она слишком мала, чтобы посчитать окупаемость», — делится он.

Господин Трейвас отмечает также, что система «умный дом» практически не нуждается в техническом обслуживании. «Но его требуют те системы, которыми он управляет. Иногда приходится делать модернизацию, так как технологии не стоят на месте», — указывает он. ■



«УМНЫЙ ДОМ» ПОКА ВНЕДРЯЕТСЯ В ЖИЛЬЕ КЛАССА ПРЕМИУМ, ОДНАКО УСТРОЙСТВА ТАКОГО ТИПА, СОГЛАСНО ИССЛЕДОВАНИЯМ, ПРИОБРЕТАЕТ УЖЕ КАЖДЫЙ ДЕСЯТЫЙ ДОМОВЛАДЕЛЕЦ

ПОСМОТРЕТЬ ВСЕ СВОИМИ ГЛАЗАМИ

ДЕТАЛЬНО ПРОДУМАННЫЙ И ХОРОШО ОБОРУДОВАННЫЙ ОФИС ПРОДАЖ — ВАЖНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ: ОТ ТОГО, КАКОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ ОН ПРОИЗВЕДЕТ НА КЛИЕНТА, ВО МНОГОМ ЗАВИСИТ РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕЙШЕГО СЦЕНАРИЯ ПОКУПКИ. КИРИЛЛ ОРЛОВ

В Москве ведущие девелоперские компании тратят сотни миллионов рублей на оборудование офисов продаж, размещая в них шоурумы, кинотеатры, лобби, зоны переговоров, игровые зоны. «В Петербурге, конечно, все выглядит скромнее, но есть примеры качественных и интересных офисов продаж», — отмечает Ян Фельдман, директор по маркетингу ГК «Ленстройтрест».

Мария Черная, генеральный директор ООО «Бонава Санкт-Петербург», подчитала, что в Петербурге стоимость открытия офиса продаж составляет приблизительно 4 млн рублей. «Сейчас мы разрабатываем типовой проект офиса продаж. В перспективе это позволит нам оптимизировать затраты при возведении офисов на объектах, а также даст возможность создавать точки продаж в полном соответствии с концепцией бренда Bonava», — говорит она.

Директор по маркетингу и продукту Legenda Всеволод Глазунов уверен, что офис продаж — это важный и действенный инструмент продаж в арсенале застройщиков. «Если мы говорим про центральный офис продаж девелопера, то преимущественно в нем проходят встречи с клиентами по формальным вопросам (например, подписание договора). Если же речь идет об офисах продаж на строящихся объектах, то их основная цель — продемонстрировать преимущества того или иного проекта и помочь покупателю получить первое представление о нем. Такие офисы оформляются в единой стилистике с будущим домом и могут содержать его отличительные архитектурные или конструктивные элементы. Например, наш офис продаж возле строящегося дома „Московский, 65“ примечателен тем, что он максимально передает настроение будущего дома благодаря цвету, фактуре материалов и даже круглому окну, которое отсылает к круизному окну в квартирах нового дома. В офисе также представлены образцы материалов, из которых будет выполнена облицовка фасадов проекта», — сообщил эксперт.

УЗНАТЬ ПО БАННЕРУ В пресс-службе «Группы ЛСР» говорят, что исследования показывают, что многие клиенты узнают о жилых комплексах благодаря баннерам, расположенным на стройплощадке. «И если ЖК привлечет внимание покупателя, то в интересах застройщика располагать офисом продаж поблизости. Большинство клиентов перед покупкой хотят увидеть объект своими глазами, не ограничиваясь онлайн-трансляцией со строительной площадки. Поэтому приехать в офис продаж, который расположен в более комфортном для них месте, всегда проще. Клиент „не теряется в пути“, что для любого застройщика является самым главным», — подчеркивают в «Группе ЛСР».

Мария Николаева, глава архитектурного бюро MAD Architects, говорит, что офис продаж должен решать три основ-



ОФИС ПРОДАЖ ДОЛЖЕН РЕШАТЬ ТРИ ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ: ТРАНСЛИРОВАТЬ КОРПОРАТИВНЫЕ ЦЕННОСТИ И СТАНДАРТЫ ЗАСТРОЙЩИКА, НАГЛЯДНО ПОКАЗЫВАТЬ ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗУЕМОГО ПРОЕКТА, ДЕМОНИСТРИРОВАТЬ ЕГО УРОВЕНЬ

ные задачи: транслировать корпоративные ценности и стандарты застройщика, наглядно показывать особенности реализуемого проекта, демонстрировать его уровень. «Пока идет строительство жилого комплекса, шоурум является его официальным представительством и лицом. Покупая недвижимость, человек хочет наглядно рассмотреть предмет своих будущих инвестиций. Частично с этой ролью справляются рендеры и масштабные макеты, однако они играют лишь вспомогательную роль. Шоурум же является единственным полностью реализованным и функциональным объемом на территории будущего жилого комплекса. Его внутреннее пространство должно демонстрировать отношение девелопера к деталям, наглядно расшифровывать основные и специальные архитектурные приемы. Зонирование шоурума и детализация его интерьеров — прямое цитирование концепции и качества технологических решений проекта», — считает она.

Максим Ельцов, гендиректор Первого ипотечного агентства, говорит, что офис продаж обеспечивает постоянное присутствие на объекте большого количества сотрудников — от менеджеров по продажам и показам до юристов и ипотечных брокеров, что позволяет любому человеку, пришедшему с улицы, в течение нескольких десятков минут выбрать и посмотреть квартиру, получить консультацию по сделке и при необходимости по ипотеке, забронировать понравившийся вариант.

ДЕМОНСТРАЦИЯ ДЛЯ КЛИЕНТА Помимо офисов продаж, нередко на объекте оборудуется и шоурум. Оксана Кравцова, генеральный директор ГК «Еврострой», считает, что шоурумы на этапе строительства особенно востребованы, если

недвижимость передается покупателям с полной отделкой. В этом случае клиенты сразу могут оценить качественный ремонт, планировочные и дизайнерские решения на объекте и принять решение о покупке.

«В нашем комплексе апартаментов Next представлены три шоурума, созданные нашими партнерами, чей профиль — ремонт, отделка и меблировка помещений. Демонстрационные лоты создавались на этапе тендера по выбору компании, которая будет проводить отделку на объекте, и финансировались на средства партнеров. Сейчас эти шоурумы используются как офисы продаж на объекте — в одном из них всегда присутствует менеджер по продажам, в другом — менеджер по продаже дополнительного оснащения и меблировки, а в третьем — представители управляющей компании „МТЛ. Next“, которые заключают с инвесторами соглашения о намерениях или предварительные договоры на управление доходной недвижимостью», — рассказывает госпожа Кравцова.

Марина Млодик, директор отдела продаж ЖК One Trinity Place, отмечает, что в западных проектах элитного жилья шоурум — это основной и незаменимый инструмент продаж, особенно если речь идет о квартирах с готовой отделкой. «В нашем шоуруме с первых шагов, начиная от парковки офиса продаж и заканчивая посещением модельной квартиры с готовой отделкой, мы погружаем покупателя в эксклюзивную атмосферу будущего дома и влюбляем его. Это часть уникального опыта по покупке престижного продукта, от которого у покупателя должны остаться только положительные впечатления. Каждый этап от момента первого посещения шоурума до получения ключей от готовой квартиры сопровождается только

позитивными эмоциями в красивой обстановке офиса продаж. Кстати, возведение этого офиса обошлось нам в \$1,5 млн, и это временная конструкция. Но это стоило каждого потраченного на него цента», — говорит госпожа Млодик.

Она замечает, что для организации офисов продаж на объектах компания использует модульные конструкции, которые позволяют быстро возводить и быстро демонтировать здание. «Такие модульные здания полностью автономны и оборудованы всеми необходимыми инженерными системами. При необходимости конструкция может собираться повторно, в том числе с обновленным дизайном. Это удобно, когда, например, завершилась реализация одного проекта, необходимости в офисе продаж больше нет и началась реализация нового проекта застройщика», — поясняет она.

Генеральный директор группы «Аквилон» Виталий Коробов подсчитал, что около 15% от всех сделок по объекту оформляется в офисе продаж на стройплощадке. «Покупатель получает возможность сформировать наиболее полное представление не только о доме, но и об обстановке вокруг, о темпах строительства, об организации работ на площадке. Это повышает доверие к застройщику и помогает принять взвешенное решение о покупке», — уверен он.

Мария Николаева говорит, что архитектура офисов продаж решает множество утилитарных задач, а значит, должна быть максимально функциональной и трансформируемой. Каждый квадратный метр шоурума должен поддерживать работу различных бизнес-процессов. Среди них — возможность организации частных переговоров с клиентами, проведения технологичных презентаций объекта. Также пространство должно формировать лояльное отношение к компании и ненавязчиво настраивать посетителя на принятие положительного решения по сделке.

«Достигаются указанные цели при помощи различных архитектурных приемов. Например, для возможности удобного проведения встреч с несколькими клиентами одновременно нужно организовать обособленные компактные переговорные зоны. Их отделка ведется с применением звукопоглощающих материалов, которые позволяют улучшить показатели акустического комфорта и избавиться от нежелательного звукового фона. Каждая переговорная зона должна быть оснащена презентационным оборудованием (экранами, флип-чартами). Все это помогает сформировать правильное настроение и ощущение индивидуального подхода», — рассуждает госпожа Николаева. В условиях высокой конкуренции на рынке жилой недвижимости буквально каждая деталь может как привлечь, так и отпугнуть потенциального клиента. Поэтому сценарий его пребывания в офисе продаж от первого до последнего момента должен быть заранее продуман, резюмирует она. ■



ЕВГЕНИЙ ТАВЛЕНКО

СТРАХОВЩИКИ УВЕРЯЮТ, ЧТО ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ БОЛЬШИНСТВА СТРОИТЕЛЬНЫХ ПОДРЯДЧИКОВ ТАКОВО, ЧТО ПРИ НАСТУПЛЕНИИ СКОЛЬКО-НИБУДЬ ЗНАЧИМОГО УБЫТКА КОМПЕНСИРОВАТЬ ЕГО ИЛИ ДОСТРОИТЬ ОБЪЕКТ ЗА СВОЙ СЧЕТ ОНИ НЕ СМОГУТ, ЧТО С БОЛЬШОЙ ВЕРОЯТНОСТЬЮ ПРИВОДИТ К БАНКРОТСТВУ ПОДРЯДЧИКА

В законодательной инициативе Минстроя речь идет о включении расходов на страхование СМР в рекомендуемый перечень работ и затрат. Таким образом, страхование остается добровольным. До исключения из перечня в 2014 году основная часть СМР приходилась на государственные инфраструктурные стройки и на частные объекты, заложенные по кредитам, отмечает Алексей Волченков, заместитель директора по корпоративному бизнесу страховой компании «Согласие».

В общей структуре страхования СМР объем таких договоров достигал 80%, а в среднем составлял 60–65%, оценивает заместитель директора петербургского филиала «Ингосстраха» Галина Владельщикова. До отмены страхования в 2014 году премии в этом сегменте достигали 3,5–4 млрд рублей, а динамика развития была прямо пропорциональной динамике строительства за счет бюджетных средств: ежегодные темпы до 2014 года составляли 15–30%, говорит госпожа Владельщикова.

По оценкам «Согласия», по России в целом до 2014 года около 30% страховых сборов по прочему имуществу юрлиц приходилось на СМР. В силу высокой концентрации бизнеса в Москве эта доля всегда была выше — примерно на 45%, в регионах — ниже. Объем петербургского рынка (вместе с Ленобластью) в премиях 2014 года (после исключения страхования в июне 2014 года) составлял 1–1,2 млрд рублей, то есть 20–25% от «страхования прочего имущества юрлиц», оценивает господин Волченков.

«Когда Минстрой исключил из строительных смет расходы на страхование СМР, мы ожидали снижение рынка до 30%. К сожалению, этот пессимистический прогноз оправдался. С 2015 и до 2020 года мы видели постепенное снижение объемов, несмотря на то, что темпы строительства не снижались», — отмечает управляющий директор департамента имущественных видов страхования СК «Ренессанс-страхование» Марина Зюганова.

После 2014 года рынок не только сжался, но и сконцентрировался в руках топ-10 страховщиков, отмечает Николай Кристофор, старший андеррайтер центра обслуживания клиентов Северо-Западного регионального центра СК «РЕСО-Гарантия». С рынка ушли такие игроки, как «Гефест» и «Помощь», которая проиграла несколько

судов, связанных с возвратом страховых премий, полученных от московских госзаказчиков. Причиной судов были завышенные расходы на страхование. Последние несколько лет лидером сегмента остается «Согаз» за счет страхования рисков ПАО «Газпром». После присоединения к АО «Согаз» АО «ВТБ страхование» рыночные позиции группы усилились. Также на рынке в Петербурге появился новый игрок — «Сбербанк страхование».

ПОТОМУ ЧТО ЗАВЫШЕН ТАРИФ Завышенные расходы на страхование стали основным моментом, послужившим поводом для исключения страхования из смет. «До 2014 года в сметы на страхование закладывалось от 1 до 3% от сметной стоимости строительства. В современных реалиях такой тариф, безусловно, избыточный для подавляющего большинства строительных объектов», — говорит Наталья Колпакова, руководитель управления имущественного страхования страхового дома ВСК. В соответствии с новой методикой определение сметной стоимости страхования происходит по наиболее экономичному варианту, определенному на основании сбора информации о текущих ценах специализированных страховых организаций (конъюнктурный анализ), говорит госпожа Колпакова.

Тарифный коридор на рынке сегодня — 0,03–0,15% от сметной стоимости в зависимости от вида объекта, стоимости подряда и иных факторов, указывает господин Кристофор. Так, например, тариф на страхование СМР для строительства жилого комплекса в 3–4 раза ниже, чем для строительства порта. При этом крупнейшие государственные заказчики, естественные монополии и госкомпании задумываются над отбором страховых компаний: требования по размеру уставного капитала, собственных средств, наличие российских и международных рейтингов, наличие облигаторной перестраховочной защиты стали отражаться в договорах подряда.

Строительные компании опасаются, что возврат страхования может отразиться на стоимости строительства. По словам Валентины Калининой, генеральной директора холдинга РСТИ («Росстройинвест»), на застройщиков лягут дополнительные затраты, но пока сложно сказать, насколько может подорожать квадратный метр. «Если

МИНСТРОЙ ВМЕНЯЕТ РИСКИ

В СМЕТНОЙ СТОИМОСТИ ГОССТРОЕК СНОВА ПОЯВИТСЯ СТРОКА О СТРАХОВАНИИ СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫХ РИСКОВ (СМР), РЫНОК КОТОРОГО В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ СОСТАВЛЯЛ В 2014 ГОДУ 3,5–4 МЛРД РУБЛЕЙ. ЭТО НЕ ПРИВЕДЕТ К СУЩЕСТВЕННОМУ РОСТУ СТОИМОСТИ ОБЪЕКТОВ, ЗАТО ДАСТ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ЗАЩИТУ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ.

ЛЮБОВЬ ВИКТОРОВА

вспомнить о существовании страхования ответственности застройщиков перед дольщиками, то можно предположить, что будет определен конкретный и при этом очень узкий круг компаний-страховщиков, тарифы на страхование будут определены в какой-то вилке», — полагает госпожа Калинина.

Сейчас стоимость затрат на страхование не превышает в среднем 0,3–0,5% от общей сметы строительства, что не может оказать значительного влияния на стоимость квадратного метра, считает Галина Владельщикова. По статистике Банка России, среднее значение тарифа по СМР в 2019 году составило 0,14% от страховой суммы, добавляет Алексей Волченков. Таким образом, влияние расходов на страхование будет минимальным, считает он. «Намного сильнее на стоимость повлияет переход девелоперов на банковское кредитование. Если раньше застройщики могли привлекать средства дольщиков под 0% годовых, то теперь эти деньги заблокированы на счетах эскроу. Вместо них девелопер вынужден брать кредит, скажем, под 6% годовых, что выше расходов на страхование», — обращает внимание господин Волченков.

Если начинать работать со страховыми компаниями на самом начальном этапе производства, то можно эффективно уменьшать риски на протяжении всего жизненного цикла проекта и успешно выполнять гарантийные обязательства после ввода, говорит директор проекта «Северная долина» Дмитрий Калинин. «Наша компания в обязательном порядке страхует СМР. Мы считаем, что расходы на страхование окупаются и экономически обоснованы. Также есть практика, по которой субподрядные организации, приглашенные к реализации проекта, предоставляют нам страхование своей ответственности по качеству выполненных работ. Для нас это важно, поскольку срок гарантии от нас как от застройщика перед конечным потребителем составляет пять лет», — отмечает он.

Марина Зюганова надеется, что рентабельность строительства только повысится, так как, помимо самой услуги страхования, страховщики помогают подрядчикам управлять рисками, представляя собой независимый сюрвей, который оценивает безопасность на строительной площадке. Проводимые страховщиками осмотры, по

результатам которых выдаются рекомендации по снижению степени риска, помогают снижать частоту наступления убытков и их размер, добавляет она.

Президент ВСС Игорь Юргенс считает, что решение Минстроя «позволит повысить финансовую устойчивость строительных подрядчиков, что, безусловно, крайне важно в текущих условиях». По его словам, финансовое состояние большинства строительных подрядчиков таково, что при наступлении сколько-нибудь значимого убытка компенсировать его или достроить объект за свой счет они не смогут, что с большой вероятностью приводит к банкротству подрядчика и зачастую — к срыву сроков всего строительства, к финансовым потерям для госзаказчиков».

СТРАХОВЩИКИ НАДЕЮТСЯ НА РОСТ

Страховые компании считают, что рынок должен позитивно отреагировать на изменения. Однако текущая эпидемиологическая ситуация и немного подвешенное состояние многих инвестиционных проектов, могут не позволить реализовать полностью весь потенциал в 2021 году, отмечает Галина Владельщикова. После 2014 года страхование СМР потеряло в объемах, но не потеряло своей значимости — сознательные частные и бюджетные организации продолжали страховать свои риски, добавляет она.

«Страхование СМР никуда не исчезало. Просто оно стало осуществляться за счет подрядчиков, а не заказчиков. При этом все ключевые государственные стройплощадки продолжили страховаться», — подчеркивает господин Волченков. В первом квартале 2020 года рынок СМР в целом по России заметно активизировался: объем премий вырос в 3,4 раза, на рынок пришло почти 9 млрд рублей, приводит данные он. «В целом в 2020 году ожидается рост рынка СМР примерно в два раза. Мы связываем этот рост, в том числе, со стартом национальных проектов в инфраструктурном строительстве», — говорит он.

Само по себе включение затрат на страхование СМР в сметы не даст сильного толчка к развитию добровольного сегмента рынка, поскольку подрядчики в большинстве игнорируют страховую защиту объектов, поясняет господин Кристофор. По его мнению, появление в сметах страхования отражает усилившуюся контрольную функцию государства. ■

ВРЕМЯ ПЕРЕМЕН

СЧИТАЕТСЯ, ЧТО ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ ИМЕЮТ ОТНОСИТЕЛЬНО НЕБОЛЬШОЙ ЦИКЛ ЖИЗНИ — ОКОЛО ДЕСЯТИ ЛЕТ. ПОСЛЕ ЭТОГО СРОКА ТРЕБУЕТСЯ ИХ РЕКОНЦЕПЦИЯ ИЛИ ПЕРЕПРОФИЛИРОВАНИЕ.

КИРИЛЛ ОРЛОВ

Многие объекты, особенно те, которым больше десяти лет, морально и физически устаревают. Они не выдерживают конкуренции современных, концептуально новых комплексов. В связи с этим существует два пути: оставаться как есть и уступить свой трафик более динамичным торговым объектам, тем самым значительно снизив доходы, или действовать решительно и проводить модернизацию всех составляющих ТРК.

При этом количество объектов, требующих реконцепции, растет, поскольку многим из них больше 10–15 лет. За это время изменился уровень ожиданий аудитории от объектов торговой недвижимости. На смену классическим торговым центрам приходят многофункциональные площадки, которые становятся местом притяжения, встреч и проведения досуга.

Мария Косыгина, управляющий директор торговых объектов «Петро Мир» Colliers International, говорит, что реконцепция ТРК бывает трех форматов: фейслифтинг, рефербишмент, редевелопмент. Фейслифтинг подразумевает обновление фасада, изменение маркетинговой стратегии, проведение ребрендинга. Рефербишмент требует не только внешних перемен (фасад, логотип и прочее), но и внутренних. Это могут быть и технические характеристики (освещение), и ротация арендаторов. Редевелопмент является крайней мерой: на месте торгового центра появляется другой объект.

ПОПРАВИТЬ ЛИЦО «Примеров фейслифтинга среди ТК можно найти много. Большинство комплексов в наше время старается следовать современным тенденциям и соответствовать запросам посетителей. Для этого необходимо меняться, но у многих нет возможности кардинально подойти к этому процессу и в этот момент задумываются о фейслифтинге, ведь даже незначительные перемены могут изменить отношение как покупателей, так и продавцов к комплексу. Если говорить о рефербишменте, то это прежде всего IKEA Shopping Centres Russia и комплексы „Мега“ в разных городах. Они проводят косметический ремонт, обновляют дизайн интерьера, перестраивают фуд-корты, производят ротацию арендаторов с привлечением новых концепций. Рефербишмент сейчас успешно проводит ТРК „ПИК“. В здании 2004 года постройки меняются технические составляющие, вертикальный транспорт, ротируются арендаторы для формирования качественного tenant-mix, также изменения коснулись и маркетинговой стратегии. Подобная ситуация наблюдается в ТРК „Сити Молл“. В комплексе меняют технические составляющие и дополняют его интересными маркетинговыми концепциями», — рассказала госпожа Косыгина.

По пути редевелопмента пошел турецкий девелопер Enka, полностью перестроив мегаполлы «Капитолий» в Москве. «Объекты, запущенные в 1990-х годах, были полностью снесены ввиду их морального устаревания, а на их месте построены



ЕВГЕНИЙ ПЛАТЕНКО

ПРОШЛЫЙ ФОРМАТ ТРЦ — МНОЖЕСТВО МАГАЗИНОВ ОДЕЖДЫ, ОБУВИ И ДРУГИХ ТОВАРОВ — ПОСТЕПЕННО ТРАНСФОРМИРУЕТСЯ В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНО-ДОСУГОВЫЙ ЦЕНТР

новые многофункциональные комплексы, которые в десять раз превышают по размеру исходные (ТРЦ «Кунцево Плаза» после редевелопмента увеличил свою площадь с 19 до 240 тыс. кв. м), — добавляет эксперт.

«Один из знаковых проектов редевелопмента — Центральный детский магазин на Лубянке. Здание практически полностью перестраивалось, в ходе работ был демонтирован старый каркас магазина и возведен новый. Комплекс продолжил функционировать как ТК с детским предложением. Популярный прием реконцепции — изменение специализации комплекса (например, мебель меняется на авто) или уход в более узкий сегмент (детские и спортивные товары). Так поступили в ТЦ „Аэробус“ (Москва): ранее это был классический торговый центр, теперь здесь продается все для детей. Другой пример — „Спорт-Экстрим“ в Подмоскowie, преобразовавшийся из мебельного центра в спортивный», — перечисляет госпожа Косыгина.

По ее словам, по пути полной переориентации пошел и ТРК «Варшавский экспресс» в Петербурге. В здании бывшего вокзала заработал многофункциональный торговый комплекс, который в дальнейшем перешел в нишу дискаунтеров. «По подобному плану сейчас действует компания ADG, которая успешно превращает советские кинотеатры в Москве в новые районные центры притяжения для горожан. Компания открывает общественные пространства, способствующие творческому развитию и взаимодействию соседей, а также совершению всех необходимых покупок в пределах своего района», — говорит госпожа Косыгина.

Проектов полной смены функции торгового объекта в современной истории было не так много. «Самый известный — это перестройка здания Фрунзенского универмага в офисный центр. Подобное планировалось сделать и с ДЛТ, но

не получилось», — рассказывает Игорь Карцев, председатель совета директоров ГК «Максимум Life Development».

СОВРЕМЕННОСТЬ ТРЕБУЕТ НОВЫХ КОНЦЕПЦИЙ

«Количество проектов редевелопмента торговых центров будет расти. В современных условиях в тех объемах они просто не будут востребованы и будут прирастать новыми функциями: коворкингами, коливингами», — считает Екатерина Запороженко, коммерческий директор Docklands Development.

Управляющий партнер аналитического агентства WMT Consult Екатерина Косарева с коллегой согласна. Она считает, что пандемия ускорила и без того наметившиеся тенденции в сфере торгово-развлекательных центров. Магазины одежды начали сокращать свои площади, оставив складское помещение, небольшое место для приема посетителей и примерочные. Таков результат перемещения бизнеса в онлайн, полагает она.

«Прошлый формат ТРЦ — множество магазинов одежды, обуви и других товаров — постепенно трансформируется в развлекательно-досуговый центр. Туда пойдут клиенты за тем, чего не получают в онлайн или дома: живые встречи, детские и взрослые развлечения. Возможно, появится больше ТЦ с барами, где продаются алкогольные напитки, это связано с ужесточением норм заведений в жилых домах, где продается алкоголь. Уже пострадали многие авторские бары, хотя изначально региональный закон был призван искоренить так называемые „наливайки“ площадью менее 50 кв. м», — рассуждает госпожа Косарева.

Она указывает на то, что от владельцев ТЦ потребуются гибкость, и, возможно, предполагает эксперт, внимание переместится в сторону организации коворкингов, бизнес-залов, проведения различ-

ных образовательных и развлекательных мероприятий, то есть торговые центры возьмут на себя часть функций бизнес-центров. «Также не исключено, что часть инфраструктуры ТРЦ отдадут в качестве складских помещений и полноценных пунктов выдачи заказа. Скорее всего, площади арендуют dark kitchen — рестораны, работающие исключительно на доставку. Таким образом, качественный состав арендаторов может сильно измениться», — прогнозирует она.

Игорь Кокорев, руководитель отдела стратегического консалтинга Knight Frank St. Petersburg, при этом считает, что главным препятствием для смены функций выступает специфическое объемно-планировочное решение: глубокие помещения, мало окон, слишком много мест общего пользования. «Есть пример не самого удачного торгового центра, переформатированного под бизнес-центр („Аура“), есть пример мебельно-интерьерного торгового центра, переформатированного под классический ТРЦ („Академ-парк“), — перечисляет он.

Светлана Мовчан, заместитель руководителя отдела офисной недвижимости компании Maris, с коллегой согласна. «Как правило, под офисы отдают верхние этажи, проходимость которых минимальна. Одним из первых на эту идею несколько лет назад решился ТЦ „Аура“, полностью переоборудовав здание под бизнес-центр. Но и сейчас там есть вакантные офисы. Основная сложность, с которой сталкиваются собственники зданий во время процесса перевода, — это глубина этажа, ограниченное естественное освещение, разделение потоков. С инженерными коммуникациями, как правило, проблем нет. После ТЦ „Аура“ эту идею подхватил МФК „У Красного моста“, а сейчас занимается „Атлантик Сити“, — рассказывает она. ■

ДОХОДНЫЕ ДОМА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Домовладение Багге

Вознесенский пр., д. 26

Общая площадь здания: 4 956,4 кв. м

Площадь ЗУ: 1 672 кв. м (собственность)

Здание расположено между Казанской улицей и каналом Грибоедова. Два въезда во двор с Вознесенского проспекта и Казанской улицы делают его уникальным для парадного и служебного пользования.

Здание в хорошем состоянии и обеспечено всеми коммуникациями. В настоящее время объект полностью сдан в аренду и готов приносить доход. Возможна реконструкция. Уютный внутренний дворик может стать основой для роскошного атриума.

При этом начальная цена за 1 кв. м здания – 68 641 руб.

АУКЦИОН: 18 декабря



Доходный дом С. Воронина

Невский пр., д. 111/3

Если вы гостеприимны и хотите получать ренту, то стоит присмотреться к этому объекту, расположенному рядом с Московским вокзалом. Ещё в середине XIX века находившийся здесь доходный дом приносил владельцу стабильную прибыль. Менялись времена, эпохи, вместе с ними и хозяева. Вот и сейчас помещения сданы в аренду, а дом ждёт нового владельца. Помещения реализуются отдельными лотами:

лот 1 – 1 528,5 кв. м
(начальная цена за 1 кв. м – 39 600 руб.);

лот 2 – 5 198,3 кв. м
(начальная цена за 1 кв. м – 78 500 руб.).

АУКЦИОН: 18 декабря



Дом-дворец М. А. Гарновского

Измайловский пр., д. 2



На продажу выставлен пул нежилых помещений общей площадью 7 442,6 кв. м в зданиях, расположенных на углу набережной реки Фонтанки и Измайловского проспекта, – бывших офицерских казармах лейб-гвардии Измайловского полка.

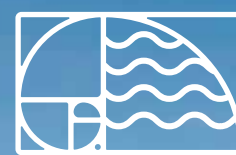
Офицерский корпус, также входящий в этот комплекс, известен как дом-дворец полковника М. А. Гарновского, управляющего имуществom князя Г. А. Потемкина. Здание имеет Г-образную форму и состоит из двух частей, построенных в разное время. Помещения, выставленные на торги, занимают около 50% от всей площади здания и в настоящее время не используются.

Начальная цена за 1 кв. м живой истории, хранящей тайны, – 56 450 руб.

АУКЦИОН: 17 декабря



ДОМ В СТИЛЕ ЛОФТ НА БЕРЕГУ НЕВЫ



ЭТАЛОН НА НЕВЕ

пр. Обуховской Обороны, д. 70



7 минут
до Невского
проспекта



Двухуровневые квартиры
с отдельными входами
с набережной



Кладовые,
гардеробные
и коридоры с окнами



600 метров
до ст. м. «Елизаровская»



Квартиры с видовыми
террасами и лоджиями



Собственный
выход к Неве



Высота потолков
3 метра



Увеличенные
окна



Охраняемая
территория



Группа Эталон

380-05-25



ЛЕНСПЕЦСМУ
СТАЛ «ЭТАЛОНОМ»

Застройщик АО «Эталон ЛенСпецСМУ». ЖК «Эталон на Неве»: Санкт-Петербург, проспект Обуховской Обороны, дом 70, корпус 2, литера Е. С проектной декларацией можно ознакомиться на сайте <https://наш.дом.рф>. Работаем по 214 ФЗ. Представленные изображения являются примерными и могут отличаться от реальных. Реклама