

«ВЫ ПРИЕХАЛИ НЕ КУДА-ТО, ВЫ ПРИЕХАЛИ В ПЕТЕРБУРГ»

ПРЕЗИДЕНТ ГРУППЫ RBI ЭДУАРД ТИКТИНСКИЙ ГОРДИТСЯ ДУХОВНОЙ И СТИЛИСТИЧЕСКОЙ СВЯЗЬЮ СВОИХ ПРОЕКТОВ С ГОРОДОМ НА НЕВЕ, ПЛАНИРУЕТ ЭКСПАНСИЮ ОТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА КОМПАНИИ И С ОПТИМИЗМОМ СМОТРИТ В СЛОЖНЫЙ, ПО ЕГО ПРОГНОЗАМ, 2022 ГОД. О ЦЕННОСТЯХ ЛИЧНЫХ И БИЗНЕСА, КОНВЕРТАЦИИ ДОВЕРИЯ ПОКУПАТЕЛЯ В СПРОС И ВОЗМОЖНОСТЯХ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ПРОЕКТАХ RBI ГОСПОДИН ТИКТИНСКИЙ БЕСЕДОВАЛ С КОРРЕСПОНДЕНТОМ BG НАТАЛЬЕЙ ЛАВРИНОВИЧ.

BUSINESS GUIDE: Если попробовать подвести итоги 2021 года для RBI, можно ли выделить какое-то одно ключевое событие?

ЭДУАРД ТИКТИНСКИЙ: Для нас знаковое событие — объединение брендов RBI и «Северный город». В момент запуска бренда «Северный город», 18 лет назад, было важно помочь клиенту сориентироваться в рынке. В то время еще было очень много дезориентирующих заявлений типа «элитные дома в Каменке». Мы же четко прописали, что в наш стандарт «квартир для среднего класса» входят такие-то пластиковые окна, такие-то фильтры очистки воды, такие-то двери. И это была серьезная инновация: сказать, что клиент вправе от нас чего-то ожидать и даже требовать.

Сейчас наши проекты комфорт-класса, в частности, последние очереди Ultra City, отличаются от бизнес-класса только количеством квартир, их метражом и высотой потолков. У комплекса эффектная современная архитектура, колоссальный набор инфраструктуры: большие закрытые дворы, дорожные площадки Richter Spielgeraete, привезенные из Германии, фруктовые сады, детские сады и школа. То есть за эти годы мы пришли к тому, что наши проекты, независимо от места строительства и целевой аудитории, — высокого уровня комфорта, и их не стыдно представить под маркой RBI.

Подводя итоги года, можно вспомнить и новые объекты, которые мы запускали, и всевозможные профессиональные награды за нашу работу.

BG: В частности, вас в четвертый раз признали девелопером года, а RBI — в пятый раз компанией года.

З. Т.: Есть три типа наград. Пожалуй, самая большая гордость для RBI — это проекты, попавшие в «Белую книгу» Всемирного клуба петербуржцев. Эта организация объединяет деятелей культуры, науки, искусства, в частности, многих выдающихся архитекторов. И они ежегодно выбирают лучшие объекты нового строительства — те, которые соответствуют своему архитектурному и историческому контексту и традициям Петербурга. Приятно, что в этом небольшом списке целых два объекта RBI: дом «Таврический» на Шпалерной улице и комплекс «Четыре горизонта» на Свердловской набережной.

Второй тип наград — когда голосуют покупатели, наши клиенты. В начале этого года мы в третий раз взяли премию «Доверие потребителя» — больше, чем кто бы то ни был из застройщиков на рынке. И это притом, что наш масштаб значительно меньше, чем у ряда компаний, которые строят миллионы квадратных метров. Доверие — категория более сложная и многофакторная, связанная не с разме-



рами застройщика, а в первую очередь с оправданными ожиданиями.

И третий тип наград — когда лучших выбирают сами эксперты отрасли. По сути, голосуют за своих же конкурентов. В этом году они уже в пятый раз назвали RBI «Компанией года в бизнес-классе» и в четвертый раз подряд отдали нам звание «Девелопер года». Говорю «нам», потому что для меня это все-таки не моя персональная награда, а признание всей группы RBI.

BG: Новое направление вашей деятельности — отельный бизнес. Насколько это предложение востребовано в период пандемии?

З. Т.: Наш первый отель ARTSTUDIO Nevsky был запущен перед самой пандемией, в декабре 2019 года. И в среднем по «ковидному» 2020-му он показал очень хороший результат: был заполнен на 67%, когда в целом по Петербургу этот показатель держался на уровне 30–50%. Сейчас у нас очень высокие оценки на «Букинге», отличные отзывы гостей, теперь уже и по второму отелю, ARTSTUDIO Moskovsky, который мы открыли этим летом. Отелями управляет наша дочерняя структура — компания RBI PM, очень мощная команда. Их задача — с одной стороны, обеспечивать превосходный сервис гостям, а с другой — управлять инвестициями собственников. Клиенты вкладывают свои деньги, покупают юниты и ожидают доходность. И в этом вопросе мы максимально прозрачны: благодаря личному онлайн-кабинету каждый из инвесторов знает, как

функционирует весь отель, понимает, какие номера заняты, какие свободны, сколько гости платят за тот или иной номер — то есть видит доходность своих вложений в реальном времени. А также понимает справедливость равномерной загрузки разных номеров. Держать актив незагруженным — самое последнее дело. Когда спрос падает, например, во время очередного локдауна, главная задача — заполнить отель. И управляющая компания должна четко реагировать на ту или иную динамику.

В конце ноября мы запустили в продажу третий отель — ARTSTUDIO M103, прямо около «Московских ворот». По «звездам» это крепкая «четверка». Очень красивый архитектурный проект.

BG: Похожий на книгу.

З. Т.: Да. Спрос очень высокий, но пока что мы выпустили в продажу ограниченный лот по довольно крепким ценам.

BG: Вложения в недвижимость по-прежнему актуальны?

З. Т.: Когда меня раньше спрашивали: «Как бы вы порекомендовали гражданам хранить деньги?», я всегда отвечал: «В зависимости от суммы: треть в долларах, треть в евро, треть в недвижимости». Сейчас я не рекомендую ничего хранить в кэше, во вкладах в банках, потому что мировая инфляция очень высокая. Хранение в недвижимости обеспечивает на сегодняшний день меньшую доходность, чем депозиты в банке, — предположим, 7% против 9%, но при этом тело сбережений — в квадратных метрах, а не в рублях. Это большая

разница. Если вы захотите продать актив через два-три года, получите значительно больше, чем 100 условных единиц, которые вернете с депозита.

BG: Если говорить о проектах группы RBI, во что лучше инвестировать средства в ближайшие годы?

З. Т.: Тут есть свои особенности. Представьте, что у вас растет ребенок и вы хотели бы через два-три года купить ему квартиру — например, в Ultra City. Мой совет: если есть возможность, купите сейчас. Сдавайте недвижимость в аренду, каким-то другим образом ее эксплуатируйте, а потом передайте ребенку. Так точно будет выгоднее. Это первый способ инвестиций.

Второй — встроенные помещения. Это тоже очень интересная история: если есть некий аппетит к личному управлению, сдаче в аренду как элементу самозанятости, то встроенные помещения — нормальная инвестиция. Мы продаем их через аукционный дом RBI, покупатели борются за эти помещения, но оно того стоит: на проходных местах помещения, конечно, всегда будут востребованы. Недавно таким образом реализовали девять лотов в нескольких наших комплексах — Ultra City, «Русские сезоны» и «Созидатели». Первоначальная цена в ходе аукциона выросла на 20%, это плюс 32 млн рублей.

Если снова говорить про жилье, конкретно про бизнес-класс и элиту, то тут главное преимущество — локация. Как говорится, хороших локаций больше не производят. Мест, где можно построить выдающийся проект, очень немного, это селективные, ограниченные участки в центральных районах. С точки зрения прироста благосостояния это хорошая штука. Опять же, их могут приобретать с прицелом на будущие переезды.

И наиболее усредненно-правильная инвестиция — апартаменты: ликвидная недвижимость, приносящая постоянный доход, и нет необходимости ею управлять.

BG: За время пандемии фокус интересов ваших потенциальных покупателей как-то изменился? Например, считается, что весной 2020-го резко вырос спрос на загородную недвижимость.

З. Т.: Мне кажется, в этом есть некоторый элемент мифа. Если говорить про аренду — да, это верно. Если о продажах: вот у нас был проект в Мистолово, и в 2020-м его действительно стали покупать быстрее, а цены выросли. Но они не выросли больше, чем на наших городских проектах. Притом, что проект — иного уровня, заметно более дорогой по себестоимости: за городом, в окружении зелени, с невысокой плотностью населения, хорошей инфраструктурой, возможностью для про-