

СОЗРЕТЬ ДЛЯ СДЕЛКИ

УЧАСТНИКИ РЫНКА ПРЕМИАЛЬНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ КОНСТАТИРУЮТ: ПОКУПАТЕЛЬ ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ ЗАМЕТНО МОЛОДЕЕТ. ЕСЛИ РАНЬШЕ В ОСНОВНОМ ДОРОГОЕ ЖИЛЬЕ ПРИОБРЕТАЛИ ЛЮДИ В ВОЗРАСТЕ 40–50 ЛЕТ, ТО ТЕПЕРЬ ЗНАЧИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ ЭЛИТНЫХ ЗАСТРОЙЩИКОВ ОТНОСИТСЯ К 30-ЛЕТНИМ.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Татьяна Любимова, директор департамента элитной жилой недвижимости Knight Frank St. Petersburg, констатирует: портрет покупателя сохраняет начавшуюся еще несколько лет тенденцию к снижению возрастного диапазона. Среднестатистический покупатель элитной недвижимости — человек от 40 до 50 лет. Но заметно увеличивается количество сделок и среди покупателей 30–35 лет — это либо собственники бизнеса, молодые предприниматели из IT-сферы или владельцы собственного производства, либо дети состоятельных родителей, которые перенимают бизнес и развивают его самостоятельно.

В компании Glorax согласны: «Средний возраст покупателя элитного жилья в последние годы снизился. Если раньше это были люди в возрасте от 40 до 50 лет, семейные, с высшим образованием и высоким уровнем дохода, владельцы бизнеса и топ-менеджеры компаний, то сейчас возраст клиентов в этом сегменте от 30 лет и зачастую без семьи. Такая тенденция обусловлена активным ростом и развитием цифровых технологий, а также снижением среднего возраста топ-менеджеров компаний».

Генеральный директор ГК «Еврострой» Оксана Кравцова так описывает потенциального покупателя элитного жилья: «Высшее образование, управленцы и собственники бизнеса, высокий и очень высокий доход, ежемесячно от 500 тыс. до 1 млн рублей на семью и выше».

«Портрет покупателя в целом остался прежним. Это семейные пары, в возрасте от 35 до 50–60 лет: активные, предприимчивые люди, имеющие представление о высоких стандартах качества. Они окружают себя стильными, комфортными вещами. Социальный статус — в основном владельцы бизнеса и топ-менеджеры. В последнее время появились новые покупатели — владельцы и топ-менеджеры IT-компаний», — рассказывает Виталий Коробов, генеральный директор Element Development.

«Кстати, именно представители IT-компаний присматриваются к современной, новой элитной недвижимости. Например, они приобретают лофты. Индустриальный стиль и свободные пространства в зданиях бывших заводов оставляют большое поле для творчества жильца, но это не отменяет того, что крупный бизнесмен может просто любить высокие потолки и кирпич в отделке и тоже приобретет лофт», — считает Андрей Версов, исполнительный директор группы «Аквилон».

НОВАЯ ГРУППА Ирина Богачева, руководитель группы «Новое строительство» АН «Итака», рассуждает: «Среднестатистические покупатели элитной недвижимости — по-прежнему бизнесмены



ЕГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ ПРИОБРЕТАЮЩИЕ ДОРОГОЮ НЕДВИЖИМОСТЬ СТАЛИ ВЫГЛЯДЕТЬ И ВЕСТИ СЕБЯ СКРОМНЕЕ. НЕСВЕДУЩИЙ ЧЕЛОВЕК ВРЯД ЛИ СМОЖЕТ УГАДАТЬ В НИХ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ПОКУПАТЕЛЯ КВАРТИРЫ ЗА ДЕСЯТКИ МИЛЛИОНОВ РУБЛЕЙ

и топ-менеджеры коммерческих и государственных структур. Не так давно в их число стали входить и высокооплачиваемые специалисты в сфере IT. В целом в последнее время покупатели дорогой недвижимости стали выглядеть и вести себя скромнее. На просмотры квартир они могут приехать на общественном транспорте или прийти пешком, одеваются и ведут себя демократично, не стремятся продемонстрировать свой статус. Несведущий человек вряд ли сможет угадать в них потенциального покупателя недвижимости за десятки миллионов рублей».

Петр Войчинский, гендиректор компании «МК-Элит», рассказывает: «В феврале-марте в составе покупателей элитной недвижимости появились новые клиенты — те, кто на первой волне кризиса вывел определенные средства из банков и задумался: куда бы их „припарковать“? Вкладывать в бизнес — рискованно, в валюту — ограничения были введены практически сразу, а какие еще будут — неизвестно. Так что дорогая недвижимость стала „инвестиционным активом повышенного спроса“. Тем более что с развитием санкций и уходом части западных компаний стало понятно, что

новые дорогие проекты у нас если и появятся, то нескоро».

Госпожа Кравцова с коллегой согласна: «Портрет покупателя скорректировался: если раньше наши клиенты больше ориентировались на собственное проживание, то теперь много инвестиционных сделок».

НОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ Клиенты молодое и при этом становятся более требовательными. Для них, уверена госпожа Любимова, важны европейские стандарты качества в связи с тем, что они много путешествуют, живут в разных городах мира и стремятся получить тот уровень комфорта, к которому они привыкли: пятизвездочный сервис, наличие собственной инфраструктуры и набора базовых услуг, таких как спортзал с бассейном, консьерж в лобби дома, наличие магазина, паркинга и мойки. «Потребность жить в доме, который закрывает все бытовые нужды, высока. Среди самых оригинальных требований — запрос на хранилище для шуб от собственника, имеющего впечатляющую коллекцию, на террасу для выгула собаки и наличие общей системы кондиционирования для клиентов, которые привыкли к увлажнителям, но при этом им не хочется ставить свой отдельный блок», — рассуждает эксперт.

В компании Glorax говорят, что глобальных изменений в требованиях к элитному жилью не наблюдают. «Однако большее значение приобретает внутренняя инфраструктура комплекса, набор необходимых сервисов и услуг. Так, преимуществом является наличие фитнеса с бассейном, ресторана, зоны ресепшен с определенным набором опций. А с распространением электромобилей все более важным критерием становится наличие станции для их зарядки в паркинге», — подчеркивают эксперты компании.

«Верхние этажи, обособленность от соседей важны — владельцами больших площадей чаще всего становятся известные люди или крупные бизнесмены, которые хотят уединения. Но большая часть покупателей сейчас рассматривает рациональные планировки, в которых нет лишних комнат. Стандартная схема — количество членов семьи плюс одна комната. Также спросом пользуются квартиры с мастер-спальнями», — рассказывает Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости группы ЦДС.

Анна Гурцева, директор департамента элитной недвижимости Est-a-Tet, отмечает, что раньше покупатель выбирал квартиры большой площади, сейчас акцент сменился на функциональность пространств, лоты площадью 100–150 кв. м. «В приоритете готовое жилье или проекты с близким сроком сдачи, с выполненной отделкой. Особое внимание покупатели уделяют месторасположению

проекта, для них важно чувствовать приватность», — указывает она.

Павел Евсюков, руководитель департамента развития продукта инвестиционно-строительного холдинга AAG, отмечает, что чаще всего на этапе подбора недвижимости поступают просьбы об установке зарядных устройств для электромобилей в подземных паркингах.

Госпожа Богачева добавляет: «Сейчас легких покупок не бывает ни в одном сегменте, а в элитном — особенно. Покупатели дорогой недвижимости четко знают, чего хотят, поэтому долго думают, выжидают, решение принимают исключительно взвешенно. Люди по-другому относятся к деньгам. Покупатели скрупулезно сравнивают, считают скидки, неоднократно возвращаются к прежним вариантам, процесс выбора может продолжаться достаточно долго. Предпочтительны безналичные расчеты, в приоритете максимальная прозрачность и безопасность сделки, в большинстве случаев для консультаций и оформления документов привлекают своих юристов».

Наталья Осетрова, руководитель проекта города-курорта Gatchina Gardens, говорит, что в загородной недвижимости премиального класса за последний год стало больше покупателей из других городов, преимущественно из Москвы. «На нашем проекте мы наблюдаем, как эта тенденция приобретает ярко выраженную динамику: на каждые десять сделок четыре договора приходится на клиентов из Москвы», — делится эксперт. Она замечает, что и в загородном секторе покупатель становится заметно моложе: до 40% сделок заключают люди до 35 лет. «Это представители IT-отрасли, бизнесмены, топ-менеджеры государственных холдингов», — перечисляет она.

«Требования к недвижимости для собственного проживания смещаются в сторону функциональности. Например, нашим покупателям важно наличие в квартире комнаты под кабинет — эта опция становится такой же необходимой, как кухня или санузел. Сюда же можно отнести такие дополнительные функции, как домашний спортзал, сауна», — рассказывает госпожа Осетрова.

По ее словам, выбор квартиры определяется не только качествами самого помещения, но и характеристиками того, что находится вокруг. «Растут требования к наполнению внутренней инфраструктурой, к дополнительным возможностям жилой среды — возможностями, которые она дает для здорового образа жизни и полноценного отдыха с семьей (от спортивных площадок до зон барбекю). Именно качество жилой среды все чаще становится решающим фактором при принятии решения о покупке в сегменте загородной недвижимости премиум-класса. Вероятно, эта тенденция будет развиваться», — заключает эксперт. ■