

экономика региона

Кому за 300

— бренд —

Бренд «Пермь-300», созданный к юбилею города, продолжит существовать. Оргкомитет юбилея принял решение о том, что созданные к юбилею стилистические решения будут использоваться и далее в связи с востребованностью. В 2024 году наряду с брендом 300-летия власти планируют использовать федеральный бренд Года семьи вместе с новым региональным слоганом «Когда мы вместе — все реально!». Эксперты считают, что необходимо наполнить бренд новыми смыслами, чтобы успешно адаптировать его во времени.

Юбилейный бренд Перми будет использоваться и дальше. Об этом сообщила министр культуры Пермского края Алла Платонова. «В 2024 году мы продолжаем использовать запоминающийся бренд юбилея в коммуникациях: он остался в оформлении социальных сетей 300-летия, его можно увидеть на общественном транспорте и других носителях. Продолжают поступать запросы от бизнеса на использование логотипа и его отдельных элементов. Востребованность остается», — рассказала госпожа Платонова. В ноябре 2021 года был утвержден проект брендбука к 300-летию Перми, на основе которого были разработаны правила использования фирменных элементов для сувенирной продукции, оформления общественных пространств и брендинга мероприятий, посвященных юбилею города. Позже АНО «Агентство новых технологий», которая занималась подготовкой к празднованию, зарегистрировала товарный знак «300 Триста лет Перми». Использование бренда сегодня свободное и бесплатное, единственное условие — соблюдение требований брендбука и согласование макетов брендинга с краевыми властями. В 2022–2023 годах Агентство новых технологий, правообладатель фирменного стиля, выдало 220 разрешений на использование бренда на продукцию пермских и российских производителей. Это и сувенирная продукция, и использова-

ние в упаковке, и оформление пространств. Фирменный стиль юбилея активно использовался в оформлении города в течение 2022–2023 годов. Выпускалась полиграфическая продукция, проводилось несколько кампаний на наружной рекламе, оформлен аэропорт. «Фирменный стиль юбилея стал на какое-то время визуальной маркой и города, и региона», — считает Алла Платонова. Она отметила, что также был разработан и использовался фирменный стиль слогана «Все реально!», был отдельный брендбук новгородских событий начала 2023 года, стилистические решения которого использовались и в этом году. Как рассказали в Агентстве новых технологий, отдельных исследований об узнаваемости бренда не проводилось, но отклик от бизнеса, общественных организаций, государ-

За прошедшие два года было выдано 220 разрешений на использование юбилейного бренда

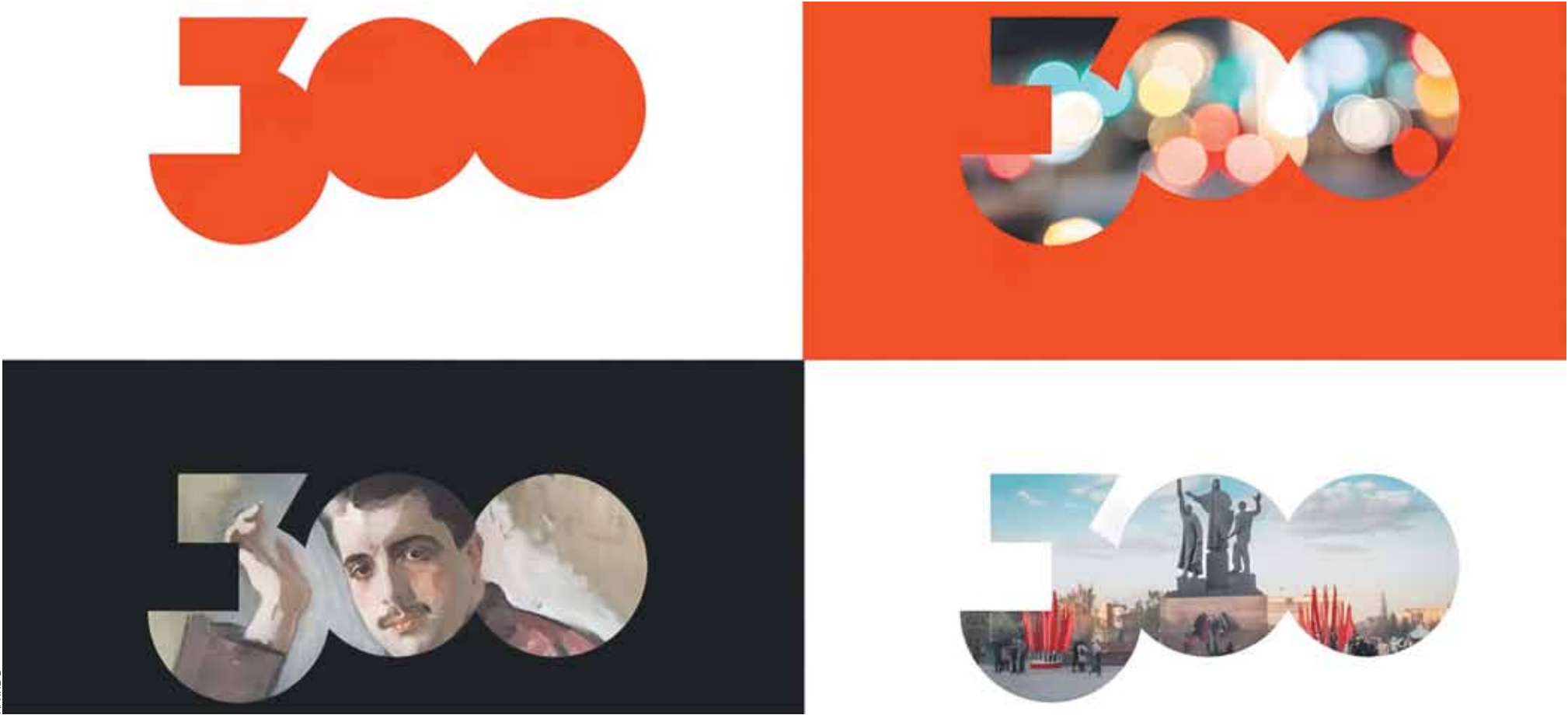
ственных учреждений говорит о его востребованности. «300-летие не закончилось в 2023 году, продолжают события, созданные специально к юбилею, вводятся в эксплуатацию инфраструктурные объекты — там тоже будет присутствовать бренд юбилея», — отметила министр культуры. Ранее о необходимости создания нового, «послепраздничного» логотипа заявляли депутаты Законодательного собрания Пермского края. «Сейчас идет проработка событийной программы на 2024-й и последующие годы, после этого будем принимать решение о необходимости создания единого бренда», — уточнила Алла Платонова. Пока же власти планируют наряду с юбилейным логотипом использовать федеральный бренд, разработанный к Году семьи. Федеральный брендбук власти Прикамья намерены применять вместе с новым региональным слоганом «Когда мы вместе — все реально!».

Любовь Акимова, директор PR-агентства «Март», считает, что за прошедший год бренд «Пермь 300» стал узнаваемым. «Для этого было приложено много усилий, историю активно поддержал бизнес, используя юбилейный лого в своих пиар-кампаниях. В первую очередь я говорю о фирменной символике: лого с цифрой 300 на алом фоне и надписи „300 лет Перми“, — отмечает госпожа Акимова. Поэтому, по ее словам, понятно желание власти продлить атмосферу праздника. «Наполнение бренда новыми смыслами само по себе не новое решение. Но мне кажется, что в случае со слоганом „Когда мы вместе — все реально!“ этого пока не произошло. Не уверена, что сам слоган „все реально“ запомнился пермякам как часть юбилейного бренда. И приставка „Когда мы вместе“ не дала наполнения новым смыслам про семью и семейные ценности. Контекст этой фразы шире: он и про семью, и про команду, и про взаимную поддержку, и в целом про любое сообщество», — полагает эксперт.

PR-консультант Борис Майоров также считает, что в истории с юбилеем города бренд не играл значимой роли. «В Перми есть запрос общества на какие-то яркие, позитивные общественные идеи, каким был 300-летний юбилей. И поэтому попытаться сделать продолжение с какой-то обновленной темой, безусловно, стоит. На мой взгляд, слоган в прошлом не играл главной роли в процессе и в этом не будет. Можно его хвалить или ругать, но точно не стоит переоценивать. Успех юбилейных мероприятий обеспечивали не слоган или логотип, а кипучая энергия, с которой тема 300-летия продвигалась. Успешными были бесплатные концерты и проекты по благоустройству. Если их удастся продолжить, это снова будет заметно жителям города», — полагает господин Майоров. Гендиректор маркетингового агентства «Черная икра» Андрей Брюхов отметил, что бренд состоит из названия, логотипа и слогана. «Все реально» — нейтральный, динамич-

ный, краткий, мотивирующий слоган, который многим подходит. Найдутся и те, кому не подходит, но это меньшинство», — считает эксперт. По его словам, слогану не хватает связи с историей, какого-то глубинного смысла. Однако он подтверждает, что позиционировать Пермь — тяжелая задача. «Пермь — это заводы, балет, роботы, красивые девушки. Это сложная тема — все объять и всем угодить», — говорит Андрей Брюхов. Он отметил, что хотя есть компании, которые все еще эксплуатируют юбилейный логотип, повсеместного его использования в городе не наблюдается. По словам господина Брюхова, созданный бренд должен быть «долготерапевтическим». «Есть такое понятие „айдентика“ — это высший пилотаж, когда словесно-графическая суть живет во времени и пространстве. Элементы айдентики обычно закладываются заранее. Теоретически это можно доработать и докрутить. Это можно и нужно сделать», — уверен эксперт.

Ирина Суханова



Новостройки затягивают ремни

В Перми ожидают падения продаж новостроек

Опрошенные участники рынка недвижимости считают, что экономическая конъюнктура отрасли сократит в этом году продажи новостроек в Перми. Высокая ключевая ставка, изменившиеся условия льготной ипотеки, введение банковских комиссий для девелоперов — все эти условия играют не в пользу рынка. Девелоперы уже констатируют заметный спад продаж, наметившийся с начала года. Одни эксперты не исключают падения цен на новостройки во втором полугодии, другие полагают, что стимулировать продажи первичного жилья застройщики будут с помощью акций, а не общего снижения стоимости.

С начала этого года пермские новостройки подорожали на 2%, сообщили в пресс-службе аналитического сервиса «Объектив.РФ». В декабре 2023 года средняя стоимость первичного жилья в краевом центре составляла 130,1 тыс. руб. за 1 кв. м, в феврале она выросла до 135,2 тыс. руб. за 1 кв. м. «Устойчивый рост средней стоимости квадратного метра на первичном рынке Перми мы наблюдали в течение всего 2023 года. Динамика проста за год составила +24%. Несмотря на охлаждение спроса, цены на новостройки в начале 2024

года продолжают расти в силу таких факторов, как высокая инфляция, высокая ключевая ставка и удорожание проектного финансирования, ввод банковских комиссий на льготную ипотеку для застройщиков», — отметила руководитель Центра маркетинговых исследований «Объектив.РФ» Ксения Чернецкая. Продажи жилья в Прикамье, как и по всей России, росли с 2020 года, когда начала действовать программа льготной ипотеки. По более ранним данным пермских риелторов, в августе 2020 года стоимость

первичного жилья в краевой столице составляла в среднем 64 тыс. руб. за 1 кв. м, то есть к нынешнему моменту цены на нее выросли более чем в два раза.

Минувший год на рынке недвижимости отметили активным ужесточением кредитно-денежной политики Центробанка РФ. В частности, за второе полугодие — с июля по декабрь — ключевая ставка выросла с 7,5% до 16%. Последнее повышение пришлось на 15 декабря, когда она увеличилась до 16%. В конце года в Перми, вопреки сезонности, снизился спрос и продажи жилья. По большей части тренд был характерен для вторичного жилья, в котором число сделок сократилось примерно наполовину. Однако в продажах новостроек всплеска тоже не наблюдалось. Кроме того, первоначальный взнос по программе льготной ипотеки в декабре вырос с 20 до 30%. В этом году из-за уменьшения льготной компенсации по льготной ипотеке ряд крупных банков ввели комиссию для девелоперов, которая состав-

ляет от 7,5% от каждого выданного льготного кредита. Гендиректор АН «Перемена» Станислав Цвирко отмечает, что рынок новостроек «перегрет», разрыв между стоимостью первичного и вторичного жилья в Перми доходит до 40% (по более ранним данным Research & Decisions, вторичное жилье в декабре 2023 года стоило в среднем около 94,5 тыс. руб. за 1 кв. м). С учетом экономической конъюнктуры, спрос на новостройки «охладел», но все равно находится на высоком уровне. Введение некоторыми банками комиссий по льготной ипотеке для застройщиков, безусловно, окажет влияние на объем продаж так же, как и повышение первоначального взноса по льготной ипотеке. По данным гендиректора АН «Перемена», сейчас потребители по-прежнему бронируют квартиры в строящихся домах. «Думаю, что в 2024 году продажи у девелоперов будут не такими высокими, как в минувшем году, но свои планы компании выполнят», — комментирует Станислав Цвирко. Прирост цен на недвижимость замедлился, но их снижения ждать не стоит, уверен гендиректор АН «Перемена». При продаже не очень ликвидных квартир застройщики будут предлагать акции, что выразится в уменьшении их цены.

Станислав Цвирко считает, что для стимулирования рынка жилья правительство РФ может пойти по пути создания новых отраслевых ипотечных программ. Уже работают сельская ипотека, IT-ипотека, семейная ипотека и другие программы. На фоне развития и расширения промышленных, оборонных предприятий власти могут запустить продукты для сотрудников таких производств.

«Спрос на новостройки сократился после измене-

ния условий субсидирования льготной ипотеки банкам. Однако резкого падения рынка не будет. Сейчас его игроки находятся в режиме ожидания решений властей или форс-мажорных ситуаций в экономике», — рассуждает директор агентства Research & Decisions Регина Давлетшина. В 2023 году основной рост цен на пермские новостройки пришелся на первую половину года, тогда как во второй стоимость выросла незначительно и стабилизировалась. Эксперт не видит оснований прогнозировать рост цен в 2024 году, но по инерции стоимость первичного жилья еще может какое-то время расти. С учетом высокого уровня продаж и роста цен на жилье, пермские застройщики находятся в позитивном финансовом состоянии. Поэтому, при условии значительного падения спроса, в ближайшее полугода компании вряд ли станут снижать стоимость новостроек. В целом эксперт не исключает снижения цен на жилую недвижимость.

Регина Давлетшина предполагает, что вектор в развитии ипотечного кредитования будет направлен на индивидуальное жилищное строительство. «Рынок ИЖС не перегрет. Построить свой дом «под ключ» сегодня стоит 65–85 тыс. руб. за 1 кв. м максимум, тогда как стоимость новостроек в городах намного выше», — рассуждает руководитель Research & Decisions. В РФ уже есть ипотечные программы для сегмента частных домов, но теперь их, скорее всего, будут развивать, делая условия более комфортными. Индивидуальное жилищное строительство является сложным рынком, на котором отсутствуют регламенты стандартизации и сертификации, поэтому нужна тщательная проработка мер его господдержки, резюмирует собеседник.



БЕЗ РЕЗКИХ ВЗЛЕТОВ И ПАДЕНИЙ

По словам гендиректора девелоперской компании «Юника» (планирует освоение земельных участков на ул. Толмачева и Рязанской) Александра Сазонова, в начале 2024 года ситуация на рынке жилья в Перми и по всей России изменилась. На рынок будет влиять высокая ключевая ставка в 16%, повышение первоначального взноса по льготной ипотеке. Высокая ключевая ставка больше стимулирует инвесторов размещать средства на банковских вкладах, чем вкладываться в строящееся жилье. Однако, как предполагает гендиректор «Юники», в III–IV квартале года ключевая ставка может начать снижаться.

В сфере недвижимости также сохраняется неопределенность относительно действия льготной ипотеки (эксперт ждет ее продления после 1 июля 2024 г.) как главного драйвера продаж в последние три года. В связи с этим в 2024 году объемы продаж первичного жилья в Перми могут упасть относительно прошлого года.

В марте ожидается повышение окладов работников бюджетной сферы, что потянет за собой и общую тенденцию роста цен в стране. И если действие льготной ипотеки продлится, то спрос на первичное жилье может восстановиться к осени или зиме.

Александр Сазонов полагает, что, несмотря на возможный спад покупательской способности, девелоперы не будут массово снижать цены на жилье. Связано это с тем, что затраты на строительство и банковское проектное финансирование значительно растут. «С начала этого года в компании наблюдается ощутимый спад продаж по сравнению с концом 2023 года. Планируем запустить специальные акции, стимулирующие продажи на ближайший месяц», — рассказал гендиректор «Юники».



КД «Резиденция», г. Нижний Новгород. Застройщик: компания «Юника»