

ДОМ ИНВЕСТИЦИИ

Семейное дело

форматы

Совсем недавно на российский рынок пришел новый формат недвижимости — апартаменты. Изначально он приобрел у нас все западные черты и позиционировался как своеобразный симбиоз гостиничного номера с соответствующим сервисом и обычной квартиры — так называемые квартиры для пиджаков. Однако сейчас апартаменты часто позиционируются как альтернатива квартире для семейного проживания.

«Гардероб» расширился

Изначально все эти комплексы в основном были сосредоточены на территории «Москва-Сити», и по большому счету других примеров в столице практически не было, — рассказывает Мария Литвинская, генеральный директор компании «Метриум Групп». — Сам формат делового центра определял и целевую аудиторию апартаментов — в основном бизнесмены. По мере развития рынка стали появляться комплексы апартаментов, расположенные в окружении жилой застройки со всей необходимой инфраструктурой (например, Manhattan House). Основными покупателями выступили уже москвичи, у которых есть прописка, соответственно, они не нуждаются в дополнительной регистрации. Для них важны именно расположение и окружение проекта.

В принципе поменялась и сама концепция жилья в апартаментах: застройщики выводят на рынок проекты, которые по своим качественным характеристикам максимально приближены к жилым комплексам. Анастасия Могилатова, генеральный директор Welhome, к плюсам данного формата для девелоперов относит минимизацию расходов на реализацию проекта и достаточно широкий выбор пригодных под застройку участков. И хотя апартаменты не являются жилым фондом

и к ним предъявляются менее жесткие требования по обеспечению социальными, тем не менее девелоперы сами организуют необходимую инфраструктуру.

«Апартаменты как тип недвижимости изначально не нацелены на ту или иную категорию покупателей, — говорит Алексей Белоусов, коммерческий директор Capital Group. — Все их отличие от квартир на сегодняшний день заключается в том, что в апартаментах процент инвесторов на входе больше. Это обусловлено в первую очередь недооцененностью данного формата недвижимости на 20–25% по сравнению с аналогичными квартирами». Нередко семьи вынуждены решать свои жилищные проблемы, отталкиваясь не от того, где им хотелось бы жить, а от того, где они могут себе позволить приобрести недвижимость. Обладая всеми опциями современного жилья, апартаменты дают им возможность за счет более низкой цены купить недвижимость не за пределами МКАД, а в удачно расположенном апартаментном проекте рядом со станцией метро.

«Апартаменты всего лишь де-юре нежилое помещение, де-факто — квадратные метры, спроектированные для проживания, — уточняет Алексей Белоусов. — Стоит развеять закрепившийся в сознании большинства покупателей миф

о том, что в апартаментах отсутствует социальная инфраструктура. Ее наличие прежде всего не требование СНИПов, а коммерческая необходимость для девелопера, это одно из обязательных условий для успешной реализации проекта. Апартаменты строят не потому, что там не надо предусматривать школ, садов или магазинов. С точки зрения правильного развития, прежде чем начинать проект, нужно задуматься, что, как и кому вы здесь будете реализовывать».

Сниженные требования

Как бы то ни было, многие предложения привлекли внимание и молодых пар, и семей с малолетними детьми. «Прежде всего нужно понимать, что семейные покупатели составляют значительную долю среди покупателей апартаментов — приблизительно 50%, однако крайне редко их мотивацией становится семейное проживание, — считает Дмитрий Халин, управляющий партнер IntermarkSavills. — В основном апартаменты приобретаются в качестве дополнительной квартиры для детей, пожилых родителей или для инвестиционных целей. В этом случае покупатели руководствуются тем, что зачастую гораздо выгоднее купить апартаменты ближе к центру, чем квартиру в отдаленном спальном районе. В этом случае берется в расчет тот факт, что подрастающим детям будет гораздо комфортнее добираться до института, пожилые родители же будут ближе к качественным медицинским учреждениям».

Если же говорить о приобретении апартаментов для непосредственного проживания, то, по мнению эксперта, доля таких покупок составляет 10–15% от общего числа продаж. И это связано с целым рядом факторов. Во-первых, отсутствием возможности прописаться: статус нежилого фонда вынуждает семьи иметь другое жилье, где есть возможность регистрации. Кроме того, всегда есть опасе-



Хотя апартаменты изначально не были приспособлены для семейного проживания, девелоперы все больше ориентируются именно на таких покупателей

ФОТО ЮРИЯ МАРТЬЯНОВА

ния относительно будущих соседей и наличие риска того, что апартаменты по соседству будут использованы под офисы. Стоит отметить, что для комплексов с апартаментами, конечно, не существует требований, согласно которым первые этажи должны отводиться под нежилые помещения. Однако данный вопрос регулируется самим рынком, и застройщикам даже не нужны какие-то «внешние раздражители». Жилье на первых этажах будет поль-

зоваться низким спросом. Поэтому девелоперы обычно продают их или сдают в аренду под размещение коммерческих организаций. Там открываются фитнес-центры, салоны красоты, магазины шаговой доступности, отделения банков и т. д.

О том, что планировка нежилых помещений по нормам намного проще, чем жилых, напоминает Ольга Тараканова, руководитель отдела московских продаж компании Knight Frank. Эргономика каждого конкретного проекта очень сильно зависит от архитектурной концепции здания, его глубины, расположения вертикальных коммуникаций, баланса количества окон на каждые 100 кв. м апартамента. Инсоляция чаще всего

В одном флаконе?

«Основываясь на изначальном предназначении апартаментов, конечно, сложно представить их в качестве жилья для семьи, — говорит Карен Мелконян, управляющий партнер компании EliteCenter. — Если рассматривать существующие форматы жилья с апартаментами, то отдельно стоящие ЖК наиболее перспективны для развития детской инфраструктуры и семейного проживания в ближайшем будущем. Крупные де-

ловые центры также имеют возможность преобразовать апартаменты в семейный формат. Главное, учесть необходимые «детские» нюансы инфраструктуры на стадии проектирования объекта. К примеру, можно организовать на территории центра огороженный зеленый островок, где и расположатся детские площадки, сады, школы, секции и кружки. Однако понятие классического лофта с высокими потолками, большими окнами и свободным пространством, неограниченными стенами, изначально противоречит концепции семейной жизни и потребностям ребенка. Поэтому об этом направлении стоит забыть».

«Апартаменты в целом не подходят для семейного проживания с детьми, — категоричен Денис Попов, управляющий партнер Contact Real Estate. — Прежде всего потому, что сами проекты таких комплексов не имеют необходимых семейных характеристик — расположение в спокойном тихом месте с благоприятной экологией и вблизи парковых и прогулочных зон, наличие придомовой территории с детской площадкой. Апартаментные комплексы строятся в Москве в основном в центральной части города, где в принципе некомфортно проживать с детьми: много шума, пыли, мало зелени.

Конечно, изначально потенциальных семейных покупателей, желающих жить в центре, привлекают более низкие цены на апартаменты. Однако при ближайшем рассмотрении клиентов отпугивают более высокие эксплуатационные платежи, что существенно будет бить по семейному бюджету при постоянном проживании с детьми. А также повышенная ставка налогов — 0,3 на апартаменты по сравнению с 0,1 на обычные квартиры. Другой существенный отпугивающий фактор — конфликт интересов. Дело в том, что при покупке апартаментов никто не может дать гарантию, что в соседнем помещении

вместо квартиры для проживания не оборудуют по-тихому офис. На практике прецедент таких конфликтов уже есть в проекте «Неглинная Плаза», где кто-то купил апартаменты для личного проживания, а часть собственников переоборудовали свои помещения под офисы.

Если говорить об апартаментах в «Москва-Сити», то здесь ситуация еще более сложная. Дело в том, что это гигантский деловой центр, и поэтому апартаменты тут покупают либо те, чьи компании здесь расположены, либо те, кто хочет сдавать в аренду их тем, кто тут работает, и, наконец, третью группу составляют «тусовщики». «Квартиры для пиджака» — это место постоянных тусовок успешных мужчин, которым нужно место для сбора шумных компаний и интимных встреч. И мало кому понравится, если по соседству с вашей тихой семейной резиденцией обособится вот такой вот любитель «долгие вито», устраивающий у себя в апартаментах Содом и Гоморру.

Наконец, панорамное остекление в апартаментах и их специфический искусственный микроклимат. В силу специфики проектирования таких комплексов и панорамного остекления невозможно открыть окна, а значит, в апартаментах всегда будет работать кондиционер. Растить же маленького ребенка под постоянным потоком кондиционированного воздуха просто невозможно!

«Рынок апартаментов для семейных людей только начинает складываться, но уже на данном этапе мы видим, что новый формат обладает большим потенциалом», — полагает Петр Кирилловский, руководитель управления маркетинга и рекламы группы компаний ГРАС.

Наибольшим спросом, по мнению участников рынка, будут пользоваться проекты, которые изначально запроектированы с выполнением всех жилых норм и обладают собственной уникальной инфраструктурой.

Александр Шевчук

летнее предложение от «Коммерсанта»

ЦЕЛЫЙ ГОД ЗА ПОЛЦЕННЫ

kommersant.ru

Оформите годовую подписку на любое издание ИД «Коммерсантъ» и получите скидку 50% на журнал «Коммерсантъ ВЛАСТЬ»



Еженедельный аналитический журнал «Коммерсантъ Власть» Власть в России и других странах: секреты и технологии

792,00

Ежедневная общенациональная деловая газета «Коммерсантъ»* Главные новости о событиях в бизнесе, политике и обществе

4 752,00 (пн-пт)



Еженедельный экономический журнал «Коммерсантъ Деньги» Основные тенденции и проблемы российской и мировой экономики

1 848,00



Ежемесячный деловой журнал «Коммерсантъ Секрет фирмы» Реальные примеры ведения бизнеса

660,00



Еженедельный общественно-политический журнал «Огонек» Любимое чтение многих поколений

1 320,00



Стоимость подписки на 12 мес. с учетом доставки почтой по РФ и курьером по Москве, руб.

Оформление подписки и подробная информация: 8 800 200 2556 (звонок бесплатный по РФ) podpiska@kommersant.ru

Примечание: цена на журнал «Коммерсантъ ВЛАСТЬ» указана с учетом скидки 50%. Период проведения акции — с 1 июня по 31 августа 2013 г.

Для участия в акции необходимо одновременно оформить и оплатить годовые подписки на журнал «Коммерсантъ ВЛАСТЬ» и любое другое отличное от него издание

* Возможность доставки газеты в ваш регион уточняйте по телефону 8 800 200 2556 (звонок бесплатный по РФ)



СКОЛКОВО ПАРК ДЛЯ ЖИЗНИ

Жилой комплекс премиум-класса «Сколково Парк» расположен в престижном пригороде в центре самой современной инфраструктуры, всего в 25 минутах от Кремля. Территория комплекса - более 20 га настоящего английского парка. Рядом расположен уникальный лесной массив с прогулочными дорожками, велосипедными маршрутами и лыжными трассами.

Владельцам квартир предлагается максимальный комфорт: рестораны, теннисные корты, чемпионское 18-луночное поле для гольфа, бассейны, фитнес- и спа-центры.

«Сколково Парк» - это сочетание городского качества жизни с достоинствами загородной резиденции.

+7(495) 777-555-4

WWW.7775554.RU

Реклама ООО «Заренье-девелопмент» Проектная декларация по ссылке WWW.7775554.RU