



Рекламно-информационное издание

партнер выпуска: SEZAR GROUP



Замороженные дольщики

Теперь застройщик должен выбирать из двух вариантов: работать через специальные расчетные счета в аккредитованных банках или через счета эскроу.

При первом варианте со счета новостройки в аккредитованном банке застройщик может снимать 10–20% на административные расходы и зарплаты, а также тратить деньги со счета на строительство конкретного дома. Распорядиться прибылью застройщик сможет только после сдачи дома в эксплуатацию и оформления первого права собственности на квартиру. А с 1 июля 2019 г. нужно будет работать только по второму варианту, через эскроу. Деньги на этом счете фактически замораживаются на весь период строительства, тратить их застройщик не сможет вообще. Ему придется финансировать стройку только за счет собственных и заемных средств. Кредит он может получить в том же банке, где размещен счет.

Будущее бизнес-класса

Государство меняет правила игры для девелоперов. Новый порядок финансирования жилого строительства по всей стране плюс грандиозная программа реновации в столице преобразят рынок. Какой будет на нем роль частных застройщиков?

Елена Виноградова

С 1 июля 2018 г. в России запрещена прямая продажа жилья в не принятых госкомиссией домах (см. врез). Покупатель квартиры в строящемся доме теперь должен будет перечислять деньги на специальный счет в банке, с которого застройщик не сможет забрать все средства до введения дома в эксплуатацию. Компании уже начали объявлять о повышении цен, закладывая новые издержки в цену квадратного метра.

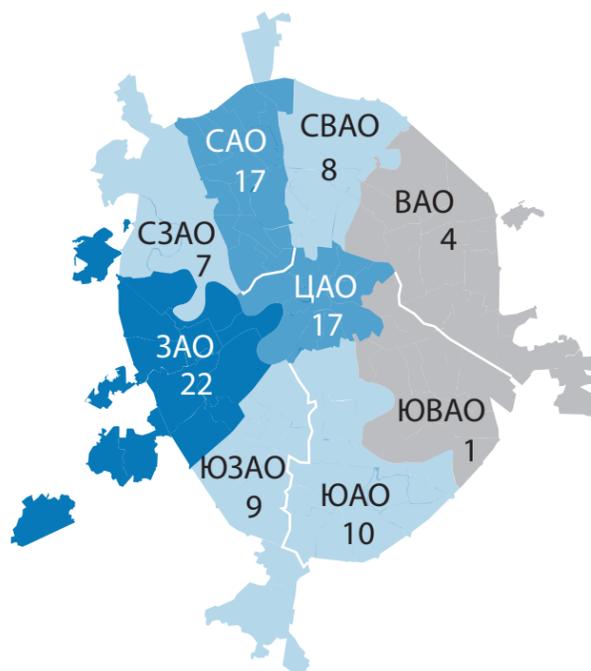
Одновременно в Москве в активную фазу вступила программа реновации, по которой власти собираются в течение минимум 10 лет ежегодно сдавать по 1,5–2 млн кв. м жилья. Завершить программу планируется к 2032 г., построив более 15 млн кв. м жилья, писал в колонке для «Ведомости&» вице-мэр Марат Хуснуллин.

Сейчас в новостройках в границах старой Москвы на продажу предлагается, по оценкам Knight Frank, 3,3 млн кв. м жилья. Всего, по данным инвестиционного портала Москвы, жилищный фонд города на начало 2018 г. составлял около 237 млн кв. м.

Новая жизнь застройщиков

Дальнейшее развитие рынка во многом зависит от того, как девелоперы смогут приспособиться к работе в новых условиях, вступивших в силу 1 июля 2018 г., говорит Екатерина Румянцева, председатель совета директоров риэлторского агентства Kalinka Group.

Где строится жилье бизнес-класса
количество проектов



Источник: Knight Frank

Пока самым вероятным выглядит сценарий, по которому на рынке останутся в первую очередь крупные строительные компании с собственными длинными и дешевыми деньгами или с доступом к ним, полагает она. Останется минимальное количество застройщиков, которые будут работать в эконом-классе и в комфорт-классе не по государственным программам, говорит в интервью «Ведомости&» коммерческий директор Sezar Group Ольга Барабанова.

ва (подробнее см. стр. 03). Застройщики, не работающие с госзаказом, займутся в основном бизнес-классом и комфорт+, считает она.

Изменения законодательства и программа реновации – свидетельства новой роли государства в градостроительстве: оно берет на себя функции девелопера, считает Румянцева. «Учитывая, какие ресурсы ему доступны, коммерческим девелоперам конкурировать с государством будет практически невозможно, – отмечает Румянцева. – Они будут постепенно вытесняться будущим государственным монополистом».

Все будет зависеть от масштабов и скорости проведения реновации, считает директор по маркетингу ГК «Лидер» Ксения Цаплина. Москва и так много строит – на долю городского заказа и без реновации приходится около 30% всего жилья, вводимого в столице. Но если власти захотят сильно нарастить долю госзаказа, то конкуренция между частными и государственными застройщиками возрастет. Частным компаниям придется искать свободные ниши. Проще всего – в сегменте более дорогой недвижимости: бизнес- и премиум-класса. По социальной программе будут возводиться комплексы комфорт-класса, а значит, на высокобюджетное жилье реновация прямого влияния не окажет, считает Екатерина Батынкова, гендиректор компании «Магистрат», входящей в ГК «Интеко».

Бизнес-класс уже занимает почти половину всего рынка московских новостроек. Что происходит в этом сегменте сегодня и чего ждать завтра?

Популярный сегмент

В московском бизнес-классе довольно тесно. С одной стороны, спрос на такое жилье растет: в первом полугодии 2018 г. на первичном рынке бизнес-класса Москвы было заключено около 2300 сделок – это на 36% больше, чем за аналогичный период прошлого года, подсчитали аналитики Savills в России.

Спрос подстегивает подешевевшая ипотека: в I квартале 2018 г. около 41% всех сделок в бизнес-классе было заключено с привлечением ипотеки (годом раньше этот показатель был на уровне 30%), по данным Kalinka. Выше доля ипотеки в самых демократичных проектах бизнес-класса: люди, которые раньше могли себе позволить стандартное жилье, с помощью кредитов получили возможность купить квартиру более высокого класса, говорит Барабанова.

Правда, застройщики на бизнес-классе больше зарабатывать не стали – маржу сдерживает высокая конкуренция, отмечает она.

Ювелирный девелопмент

Как девелоперы применяют подходы комплексного освоения территории в точечной застройке

Наталья Алексеева

Строительство нового жилья в сложившихся городских районах – почти ювелирная работа. В чем точечные новостройки могут дать фору гигантам рынка – проектам комплексного освоения территорий (КОТ)?

Бизнес-класс – и точка

На точечную застройку приходится 43% всего рынка новостроек бизнес-класса Москвы: это 38 проектов площадью до 40 000 кв. м (в старых границах города), подсчитали аналитики Welhome для «Ведомости&». Больше всего таких новостроек сосредоточено в Центральном административном округе, на 2-м месте – Западный.

Цены на компактный бизнес обычно выше, чем на жилье в масштабных комплексах. В проектах емкостью менее 5 га стоимость квадрата составляет 200 000–250 000 руб., в масштабных – 150 000–180 000 руб., говорит Ольга Барабанова, коммерческий директор Sezar Group. Разница в цене доходит до 20%, подсчитали аналитики Savills в России, главная причина – разная продолжительность строительного цикла.

Так, дом бизнес-класса на 40 000 кв. м в столице можно построить за 1,5 года, а реализация проекта КОТ на 1 млн квадратов займет десятилетие. «Есть два варианта: зарабатывать на марже либо на объеме. Девелоперы крупных проектов зарабатывают на объеме, поэтому могут себе позволить установить цену 1 кв. м ниже, чем у застройщиков точечных комплексов», – объясняет Анастасия Могилатова, генеральный директор компании Welhome.

Покупателей квартир в точечных проектах привлекают сложившаяся в районе инфраструктура, понятные сроки строительства и отсутствие строек по соседству, говорят опрошенные «Ведомости&» риэлторы. Зачастую в крупном проекте инфраструктура строится в последнюю очередь, констатирует Мария Котова, директор департамента жилой недвижимости Gorn Development. «Или, например, меняется характер застройки, и в результате проект может сильно отличаться от заявленного», – отмечает она.

КОТ в миниатюре

Перед девелоперами, имеющими дело с точечной застройкой, стоит почти ювелирная задача: нужно не

просто вписать дом в сложившуюся городскую среду, но еще и создать новые точки притяжения внутри проекта. И как раз в решении этой задачи точками опоры служат принципы КОТ, которые адаптируются под условия небольших площадей.

Например, масштабный проект предполагает создание социальной инфраструктуры (детсадов, школ, поликлиник и проч.). «Все то же самое можно интегрировать и в точечную застройку. Так, отличным решением может быть частный детский сад или небольшая частная школа на первом этаже комплекса», – говорит Юлия Зубарик, основатель архитектурно-градостроительного бюро Master's plan.

Станислав Архипов, руководитель департамента развития проектов компании «Дон-строй инвест», считает: в идеале девелопер должен делать проект с оглядкой на соседнюю территорию и анализировать, какие сервисы представлены в районе. «При расчете нежилых площадей нужно закладывать в свой проект дефицитные опции», – убежден он.

Актуален и принцип квартальной застройки с четким делением на общественное пространство и частное, говорит Зубарик. Последнее отдается под двор, спорт, развлечения. При этом важно предусмотреть разграничение потоков: пешеходного, автомобильного трафика жителей и посетителей. А еще лучше, если в комплексе будет организована концепция «двор без машин», когда авто заезжают в паркинг, минуя внутренние территории. Реализовать этот принцип на компактной площади можно благодаря расположению зданий по границе участка, говорит Барабанова. Помимо простора для дворовой территории такое решение позволяет избежать эффекта «окна в окна», обеспечить видовыми характеристиками окна во двор, а также избежать забора – здания становятся естественным барьером.

Большое количество зон рекреации также может быть универсальным принципом, говорят опрошенные «Ведомости&» эксперты. Озеленение и зоны активности в идеале должны создаваться не только во дворах отдельных домов, но и на смежных территориях. Московские градостроительные нормы предусматривают около 8 м озеленения на каждого человека на проектируемом земельном участке, напоминает Зубарик.

Инвесторы и патриоты

Кто покупает такое жилье? Во-первых, это так называемые патриоты района, которые переезжают в новостройки из домов по соседству. «Для многих появление проектов точечной застройки в ближайшем окружении – возможность улучшить жилищные условия, не меняя привычного района обитания», – говорит Леонид Капров, старший вице-президент «Галс-девелопмента». По словам Барабановой, среди покупателей есть и те, кто эмоционально привязан к району: например, в свое время переехал, но думает вернуться, потому что вырос на соседней улице, или здесь живут родители, друзья, находится любимый фитнес-клуб.

Покупатели-инвесторы тоже охотятся за компактным бизнесом. Они вкладывают деньги на начальном этапе строительства и перепродают жилье после ввода объекта в эксплуатацию. «Если войти в правильный проект на самом раннем этапе, то даже в сегодняшних условиях можно заработать от 30 до 50% от первоначальной цены», – считает Александра Силова, директор департамента по работе с девелоперами Savills в России.

Три принципа «Династии»

Зеленый двор – под него отдано чуть более половины территории (2 га).

Многофункциональность пространства: в частности, амфитеатр – это место для собраний и праздников, но одновременно еще и кинотеатр под открытым небом.

Спортплощадки во дворе легко адаптируются под разные виды игр.

Могилатова к перспективным проектам для инвестиций относит комплексы в 5–7 минутах ходьбы от метро, расположенные вблизи главных транспортных артерий, недалеко от парков, скверов и воды. Эксперт считает, что в них должна присутствовать инфраструктура для семей (детский клуб/сад и проч.) и здорового образа жизни (фитнес-клуб).

Сроки экспозиции при инвестиционной продаже на вторичном рынке в компактном бизнесе могут быть даже меньше, чем в больших проектах КОТ, где предложения в разы больше и конкуренция выше. Срабатывает рыночный механизм: чем дефицитнее товар, тем охотнее его раскупают. Во вторичные продажи попадает не более 10% такого жилья, говорит представитель Welhome. &

Заработать на квартире

17% россиян в ближайшие год-два планируют купить квартиру или дом, свидетельствуют данные «Потребительского индекса Иванова» за II квартал 2018 г. (отчет ежеквартально готовит «Сбербанк СИБ»). Годом ранее покупку недвижимости планировали только 12%.

При этом 13% россиян, в ближайшие год-два планирующих покупку жилья, рассматривают сделку в первую очередь как вложение денег, рассказывает аналитик «Сбербанк СИБ» Алексей Рябушко. Даже в 2016 г., когда ставки по депозитам были высокими, многие частные инвесторы предпочитали вкладывать в недвижимость, сообщил ранее «Сбербанк СИБ».

Ольга Барабанова

коммерческий директор Sezar Group:

«Вплоть до кризиса 2008 г. инвестиции на котловане обеспечивали к моменту сдачи проекта в эксплуатацию более 50% практически в любом проекте. Инвестиционную стратегию частного инвестора того периода можно сформулировать как «Приобрести любой актив, который позволяет бюджет».

Первый серьезный шок рынок испытал в 2008 г., когда критерием выбора стала не стоимость квадратного метра, а бюджет покупки. Таким образом, ориентиром инвестиционной стратегии стал метраж. К 2012 г. спрос на объем практически сошел на нет, как и поступал о том, что любая недвижимость – выгодная инвестиция. Тогда же появился новый стереотип – «об инвестиционной непривлекательности» недвижимости как актива.

Но то, что законы 10-летней давности перестали работать, не значит, что недвижимость потеряла инвестиционный потенциал.

Стратегией успешного инвестора стал поиск объектов с высоким потенциалом: в выгодной локации, с яркой архитектурной концепцией, в проектах-бренде. И далее по мере роста профессионального уровня проектов, объема предложения, кругозора покупателей (которые сравнивают недвижимость в том числе и с зарубежными форматами) рост качественной составляющей в принятии решения об инвестициях только усиливается. Метраж инвестиционной покупки сместился в пользу классических двух- и трехкомнатных квартир, а класс – в комфорт+ и бизнес.

Сегодня каждый девелопер, работающий в инвестиционно привлекательном сегменте, имеет свой пул потенциальных инвесторов – лояльных клиентов, которые следуют с ним из проекта в проект, на практике оценили специфику бизнес-подходов и, самое главное, понимают прибыль, которую обеспечивает девелопер. Мы, например, информируем таких партнеров о запуске нового проекта еще до официальной премьеры, позволяя подготовиться к моменту старта продаж.

Sezar Group в жилой недвижимости молодой игрок. У нас на сегодня три проекта, все они подорожали [с момента начала строительства] минимум на 35%.

В свете грядущей отмены практики долевого инвестирования могу предположить, что вторая половина 2018 г. и начало 2019 г. пройдут под девизом «Покупай или не успеешь».

Наталья Шичанина

коммерческий директор Vesper:

«В верхнем ценовом сегменте жилой недвижимости (от 750 000 руб. за 1 кв. м) традиционно сохраняется невысокий процент инвестиционных сделок по сравнению с другими сегментами. Такие покупки делают в первую очередь для собственного проживания. Средний порог входа составляет 100 млн руб., в некоторых случаях – от 50 млн руб.»

До 2016 г. на инвестиционные сделки в элитных проектах приходилось около 5%, в редких случаях – около 10% (в крупных проектах).

Турбулентность в российской банковской сфере, отрицательные ставки по депозитам в зарубежных банках, меняющаяся геополитическая ситуация, а также снижение ставок по рублевым депозитам до 6% в российских банках вызвали рост инвестиционной активности в сегменте элитной недвижимости.

Безусловно, на фондовых рынках и криптобирже можно получить большую доходность, но далеко не все готовы погружаться в детали использования таких рискованных инструментов. Часть инвесторов остаются консервативными, стремятся сохранять капитал и получать стабильный, прогнозируемый доход с защитой вложений. С конца 2016 г. объем сделок по размещению капитала в элитных проектах начал стабильно увеличиваться и сейчас в некоторых наших проектах доходит до 15%. Как правило, инвесторы приобретают квартиры с одной или двумя спальнями в центральных локациях в бюджете 120–150 млн руб.

Если заходить в проект на старте продаж, то за 2–2,5 года сама недвижимость дорожает на 20–40%, а дальше после ввода в эксплуатацию генерирует стабильный рентный доход на уровне 6% (после налогов). &

Ольга Барабанова: «Структура рынка изменится полностью»

ИНТЕРВЬЮ: МАРИЯ ДРАНИШНИКОВА



Андрей Гордеев / Ведомости

До 2011 г. Sezar Group занималась коммерческой недвижимостью – в ее портфеле были бизнес-центр класса B, ресторанный комплекс и торгово-развлекательный центр. В 2011 г. собственники компании решили заняться строительством жилья. «Им хотелось что-то создавать и творить для людей», – объясняет коммерческий директор Sezar Group Ольга Барабанова.

Уже на следующий год компания анонсировала первый проект в новом для себя сегменте – ЖК «Николин парк» на территории в 9 га, которая через два месяца после старта проекта вошла в состав новой Москвы. Прежде на таких участках появлялись в основном поселки загородного типа или типовые многоэтажки, но Sezar Group решила «перенести за МКАД критерии бизнес-класса», говорит Барабанова. «Это был довольно смелый эксперимент», – отмечает Барабанова.

Сейчас у компании три проекта: кроме уже реализованного «Николина парка» это «Рассказово» (новая Москва, строится) и «Династия» (Москва, строится) общей площадью более 1 млн кв. м. В проработке еще 300 000 кв. м. «Мы принципиально работаем не на объем, а на точное и точечное удовлетворение спроса в своем сегменте», – говорит Барабанова.

– Почти половина новостроек в Москве, если верить аналитикам, относится к бизнес-классу. Вы согласны с такими расчетами?

– Сейчас слово «бизнес-класс» звучит на каждом углу, но для меня «бизнес-класс» – это штучный продукт. У него есть характеристики: месторасположение, подземный паркинг, планировочные решения, но главное, пожалуй, – такой жилой комплекс должен быть индивидуален. Бизнес-класс – это когда человек может принять в лобби гостей, не проводя их свою квартиру, посидеть у камина, воспользоваться библиотекой. Это набор тонкостей.

– Вы говорите, что бизнес-класс – это штучные проекты. Но аналитики называют цифру почти в 100 проектов в Москве

– Наверное, рынок придет к тому, чтобы прописать, что бизнес-класс бывает нескольких категорий. Есть тот, который стоит 140 000 [руб. за 1 кв. м], а есть – 0,5 млн [руб. за 1 кв. м]. Эта разница – точно не вопрос маржи застройщика. Истории, когда два застройщика вкладывают по 100 руб., но один получает 500, а другой 120, больше не работают.

– Кто типичный покупатель квартиры бизнес-класса в Москве?

– Это люди, которые имеют свой бизнес или занимают топовое положение в компаниях. В основном для них это не первая квартира, и определяющую роль играет не цена, а характеристики и параметры предложения. Что-то в проекте должно действительно зацепить, а остальное – сложиться в единую органичную воспринятую картину.

– Какая доля ипотеки в бизнес-классе реальна?

– Человек, который рассматривает приобретение квартиры в бизнес-классе, точ-

но не ищет последние деньги, чтобы взять ипотеку, и сомневается, сможет ли ее выплатить. в бизнес-классе ипотека раньше вообще отсутствовала, сейчас ее доля составляет 15–25% [в зависимости от проекта], и если люди ее и берут, то закрывают в течение 1–5 лет. В отдельных проектах доля ипотечных продаж может быть выше – за счет людей, у которых появился шанс жить в жилье более высокого класса, которое они не могли себе раньше позволить. Но в сегменте бизнес-класса доля ипотеки не может составлять 50–70%.

– По статистике, средняя площадь квартир в России уменьшается. И многие говорят о сокращении среднего срока пользования квартирой – люди переезжают чаще. Видите ли вы обе эти тенденции в бизнес-классе?

– Квартиры уменьшились, да. Если до 2005–2006 гг. в бизнес-классе однокомнатные квартиры были 60–80 кв. м, то сейчас есть по 40–47 кв. м. Двухкомнатные были минимум 140 кв. м, сейчас [такая площадь] это полноценная четырехкомнатная квартира. Люди действительно чаще переезжают, для этого создаются все условия: ипотека дешевеет, бизнес развивается.

– Иногда складывается ощущение, что в любом жилом комплексе всегда есть скидки, акции, спецпредложения и т. д. Скидки на рынке жилья вообще работают?

– В массовом сегменте это важно. В бизнес-классе такого нет. Человек, выбирающий квартиру бизнес-класса, будет смотреть на скидки только после того, когда примет для себя решение о покупке. И это не выбор по критерию: здесь мне дают скидку в 10%, а здесь – в 20%. Ему понравилась именно эта квартира, морально он уже в ней живет, и он совершенно точно не купит другую просто потому, что она дешевле.

– Вы говорите, что многие повышают уровень жилья, переезжая из комфорта в бизнес. Почему это происходит – люди стали больше зарабатывать или бизнес-класс подешевел?

– Во-первых, бизнес-класс стал доступнее. Во-вторых, доходы растут. Если человек ездил на советской машине, но может сейчас позволить себе иномарку, логично, что он на нее пересядет.

– Но, по данным Росстата, реальные доходы населения не растут.

– Зато ипотека и уровень цен стали более лояльными. Вспомните, какой была ипотека. Сейчас у нас не 18, не 16 и даже не 14%. Люди, даже оставшись с тем же доходом, могут купить жилье.

– Как запрет на долевое строительство скажется на рынке и бизнес-классе в частности?

– В ближайшие 5–7 лет структура рынка изменится полностью. Бизнес-класс в том виде, как я его вижу, будет востребован. Да, он будет стоить дороже, увы. Минимум на 20–30%. Будет как в автопроме: если хо-

Семь визитов

Раньше было проще: [проект] вышел на рынок – надо брать. В последние три года, для того чтобы принять решение, люди приезжают от 5 до 7 раз. Это не считая того, что их юристы, астрологи, дизайнеры приезжают отдельно. Визиты строятся так: сначала приезжает глава семьи. При этом совершенно не обязательно, что он сразу будет разговаривать. 10–15 минут ходит, смотрит и уезжает думать. Потом привозит жену, невесту, родителей – в зависимости от положения. И только к 5–7-му визиту решение созревает.

ОЛЬГА БАРАБАНОВА, КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР SEZAR GROUP

Окончила Московскую гуманитарно-социальную академию.

С 1995 по 2001 г. – частный риэлтор.

В 2001–2012 гг. работала в Mirax Group, последняя должность – директор департамента продаж (с 2008 г.).

С 2012 г. – в Sezar Group, с нуля организовывала департамент продаж.

С 2014 г. – коммерческий директор.

По данным ЕГРЮЛа, учредителями ООО «Сезар групп» являются Исая Захарьев и Руслан Семенов.

Портфель реализованных проектов в жилье – **336 000 кв. м** («Николин парк» и первая очередь «Рассказово» в новой Москве).

В стадии реализации у компании находится **834 000 кв. м** – «Рассказово» (в новой Москве) и «Династия» рядом со ст. м. «Полежаевская», в прямой разработке – еще **300 000 кв. м**.

чешь новую модель и ее заказываешь, то заплатишь больше, чем просто возьмешь в салоне «что есть». В массовом сегменте все стандартизируется. Если хочешь штучный продукт, то стоимость будет выше.

– До прихода в Sezar Group вы работали в Mirax Group в ее золотые времена. Есть разница в подходах к бизнесу, к построению процессов в крупной компании и в более камерной?

– В любой крупной компании процессы идут дольше – по-другому это работать просто не будет. В менее крупной компании можно быстро все менять, принимая решения в режиме онлайн. Мы говорим, что бизнес-класс должен быть точечным продуктом, отработанным от начала и до конца, и в небольшой компании можем позволить подстраиваться под рынок очень быстро. У нас есть возможность получать детальную обратную связь от клиентов. Читая аналитику по рынку, не выцепишь то, что действительно нужно потребителю.

– Но ничто не мешает любому другому застройщику внимательно слушать своих покупателей и работать с обратной связью.

– Звучит на самом деле банально – «обратная связь». Но на практике ее нужно уметь, во-первых, взять, во-вторых, донести без искажений и [своих] умозаключений. Нужна прямая речь. Если бы вы в качестве покупателя приехали сегодня в офис продаж «Династии», я бы вечером знала, что вы были, что вы говорили и как аргументировали. Например, «детская

площадка должна быть перемещена» – и ваши аргументы. Когда мы понимаем, что 70% клиентов разными словами говорят об одном и том же, то знаем: это необходимо претворять в жизнь. &

Будущее бизнес-класса

→01 На рынок выходит много новых проектов, в том числе масштабных – по редевелопменту бывших промышленных территорий, в результате объем предложения в бизнес-классе с начала 2014 г. удвоился – с 0,8 млн до 1,6 млн кв. м (95 жилых комплексов в пределах старой Москвы), на бизнес-класс приходится почти половина всего предложения новостроек, выходит из расчетов аналитиков Knight Frank.

Бизнес стал «компактнее»

Квартиры бизнес-класса стали компактнее: если раньше площадь средней квартиры составляла 100 кв. м, то сегодня 75 кв. м – это почти норма, говорит Цаплина. Бизнес-класс стал ориентироваться на клиентов с более ограниченным бюджетом, но не в ущерб качеству, скорее наоборот, говорит Цаплина. Снижая цены, девелоперы вынуждены оптимизировать расходы на строительство. Но конкурировать они стараются, по словам Румянцевой, новыми фишками.

Какой бывает бизнес-класс

По оценке группы «Лидер», в столице можно выделить два сегмента бизнес-класса со средней ценой 160 000–190 000 и 215 000–255 000 руб. за 1 кв. м. Проекты и в первом, и во втором сегменте будут обладать почти идентичным набором характеристик, но отличаться расположением – чем лучше, тем дороже. В зависимости от расположения объекта бизнес-класс может предлагаться по цене и 140 000, и 500 000 руб. за 1 кв. м, говорит Барабанова.

Например, сейчас компании стремятся увеличить высоту потолков – до 3–3,10 м, все более скрупулезно подходят к проработке концепций, неймингу и брендингу, отделке мест общего пользования, рассказывает представитель Knight Frank. Планировки квартир стали более продуманными и при компактном метраже в моде спальни с собственным отдельным санузлом и гардеробной, разделенные гостевая и приватные зоны, добавляет Цаплина.

Переход на новый уровень

На московском рынке происходит реклассификация: предложение в бизнес-классе настолько велико и разнообразно по качеству, что внутри сегмента уже можно выделить бизнес+, тяготеющий к жилью премиум-класса, и комплексы на стыке комфорт- и бизнес-классов, считает Батынкова.

Конкуренция в сегменте действительно выросла, и расслоение, связанное с поиском своей ниши внутри, – ее следствие, полагает Барабанова. Девелоперы слишком активно пытались сделать бизнес-класс более доступным, но среди покупателей, ориентированных на «настоящий» бизнес-класс, многие продукты посткризисного периода себя дискредитировали, считает она. Sezag Group, напротив, старается включать в свои комплексы бизнес-класса элементы более дорогого жилья – например, в дизайне входных групп и дворовой территории ЖК «Династия», рассказывает она.

Что дальше?

Очевидно, что число проектов в бизнес-классе сегодня намного больше емкости рынка, говорит Барабанова. Скорее всего рынок ждет перераспре-

деление сил, в результате которого останутся профессиональные компании, каждая из которых будет разрабатывать свою нишу, продолжает она.

Девелоперы больше не могут позволить себе строить неинтересные или некачественные проекты – при сегодняшнем объеме предложения покупатели просто выберут более интересный, говорит представитель Knight Frank. Единственный путь – строить такое жилье, которое будет успешно конкурировать и со «стандартным» предложением государства, и с предложениями настоящих конкурентов в бизнес-классе, считает Барабанова: «Потребность жить лучше – в нашей природе, даже если «стандартный» продукт становится на порядок разумнее версии предыдущего поколения. Отечественный автопром сделал большой шаг вперед, но те, кто выбирает BMW, вряд ли добровольно переседут на Lada». &

Структура предложения жилья в Москве по классам, %



Застройщики уводят покупателей из центра

Почему проекты бизнес-класса все чаще появляются в промзонах и новых районах Москвы

Арам Тер-Газарян

Привычные районы для новостроек бизнес-класса в Москве – центр и запад. В Центральном и Западном административных округах располагается 37% таких проектов (см. инфографику). Но прошедшие редевелопмент промзоны, районы между Третьим транспортным кольцом (ТТК) и МКАД переманивают покупателей жилья бизнес-класса у центра города.

Расширение географии – один из факторов, почему бизнес-класс становится доступнее по цене. Одновременно, чтобы привлечь покупателя и выделиться среди конкурентов, застройщики повышают класс своих объектов. Например, еще несколько лет назад непривычные для россиян форматы – двухуровневые квартиры, лофты, пентхаусы – можно было приобрести только в высоком ценовом сегменте, теперь такие варианты нередки и в бизнес-классе.

Между бизнесом и комфортом

Новые проекты бизнес-класса за пределами ТТК пользуются не меньшей популярностью, чем точечные новостройки в центре города, говорят опрошенные «Ведомости&» эксперты. Они обеспечены всей инфраструктурой, а стоят дешевле. Так, со стартом массового освоения столичных промзон в 2016 г. по сравнению с 2015 г. предложение квартир в ново-

стройках бизнес-класса в Москве увеличилось сразу на 30% до 17 400 лотов (1,3 млн кв. м жилья), продажи – сразу на 80%: за год в этом сегменте было заключено 8387 сделок примерно на 590 000 кв. м, подсчитали аналитики Kalinka Group.

Чтобы не уступить в борьбе за клиента, застройщики жилья комфорт-класса стараются максимально улучшить свои проекты. «Все это ведет к появлению качественно нового продукта, который «вырастает» из своего класса, но по каким-то критериям все-таки не может быть отнесен к более высокому сегменту», – говорит директор департамента управления продажами жилых проектов компании Knight Frank Ольга Широкова.

География и удобство

«Со временем [понятие] «престижное жилье» перестало быть воплощением чего-то конкретного – например, пятикомнатной квартиры на Остоженке, как это было раньше. Сейчас покупатель руководствуется чисто рациональным подходом и выбирает универсальный вариант по местоположению, метражу, качеству и цене», – рассказывает старший вице-президент «Галсдевелопмента» Леонид Капров. При этом часто состоятельные клиенты готовы приобрести квартиру бизнес- или премиум-класса в районе, в котором выросли, отмечает он: география новых проектов подстраивает-

ся под этот спрос. Например, сейчас в Северном округе строится столько же проектов бизнес-класса, сколько в Центральном. Покупатели такого жилья ориентируются уже не на расстояние до Кремля, а на комфортность квартир и инфраструктуру.

Раньше на цену квартиры влияли в первую очередь ее расположение и отдаленность от центра города, теперь есть запрос на сопутствующую городскую среду, подтверждает директор проектов КБ «Стрелка» Екатерина Малеева. Есть базовые элементы, которые делают жизнь людей комфортнее и качественнее, поэтому они могут выбирать квартиру в условном Бутово, отказываясь тем самым от квартиры в Академическом районе Москвы. Малеева перечисляет необходимые условия качественной среды: близость социальной инфраструктуры, природных объектов (парков, водоемов), магазинов с товарами первой необходимости, правильная и удобная транспортная инфраструктура.

Главное для «новых элитных районов» – скорость и качество их застройки, говорит Широкова, при этом важны уникальное местоположение и инфраструктура, в том числе рекреационная. Так, авторы проектов стараются повысить их привлекательность за счет близости к достопримечательностям, паркам, реке и прогулочным зонам. «В Москве появляются новые

точки притяжения, районы помимо центральных, в которых приятно и удобно жить», – рассказывает Екатерина Румянцева, председатель совета директоров риэлторского агентства Kalinka Group. &

Как отличить бизнес-класс

Границы между классами жилья зачастую размыты. Тем не менее эксперты выделяют некоторые общие черты, присущие жилью бизнес-класса. Это яркая архитектура, примыкающий к ЦАО район или престижное юго-западное направление, хорошая транспортная доступность, наличие инфраструктуры, в том числе парков. Дома строятся по индивидуальным проектам, в них высокие потолки и максимально свободная планировка. Обязательно наличие подземного паркинга.