

# ПОСРЕДНИК ВЫСОКОГО КЛАССА

ОДНИМ ИЗ УЧАСТНИКОВ СДЕЛКИ ПО ПРИОБРЕТЕНИЮ ПРЕМИАЛЬНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ, ОСОБЕННО ЕСЛИ РЕЧЬ ИДЕТ О ВТОРИЧНОМ РЫНКЕ, ВЫСТУПАЕТ БРОКЕР.

КАК ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ, В ЭТОМ СЕГМЕНТЕ РЫНКА ДАЖЕ В КРУПНЫХ ГОРОДАХ РАБОТАЕТ ОТ СИЛЫ НЕСКОЛЬКО ДЕСЯТКОВ РИЕЛТОРСКИХ ФИРМ. В ПЕТЕРБУРГЕ ЖЕ, ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТОВ, ЧТОБЫ ПЕРЕСЧИТАТЬ АКТИВНЫХ УЧАСТНИКОВ, ВОООБЩЕ ХВАТИТ ПАЛЬЦЕВ НА ОДНОЙ РУКЕ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

Масс-маркет и премиальное жилье — это диаметрально противоположные рынки не только с точки зрения продукта и клиента, но и с точки зрения мотива покупки. Соответственно, технологии, которые используются на этих рынках, могут различаться диаметрально. Так, например, в масс-маркете клиент зачастую занимает ведомую позицию, в то время как покупатель в высоком сегменте, как правило, более самостоятельный и стремится к партнерским взаимоотношениям, говорят эксперты. Поэтому, как полагают эксперты, работа брокером в элитном сегменте кардинально отличается от работы риелтора на рынке масс-маркет.

**БЕЗ ЭМОЦИЙ** «В премиальном сегменте срок экспозиции может быть как короче, так и на порядок длиннее. В то же время „плечо сделки“, как правило, больше, чем в массовом сегменте, где решение может приниматься буквально за несколько часов. В элитном сегменте такие быстрые сделки тоже возможны, однако средний срок — около месяца», — рассказывает Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости компании Colliers International в Санкт-Петербурге.

Она отмечает, что согласно сложившемуся стереотипу, принято считать, что масс-маркет — это скорее рациональный рынок, в то время как рынок жилья высокого класса — сугубо эмоциональный. Однако в последнее время в элитном сегменте формируется тенденция увеличения доли рациональных мотивов при покупке. «Сегодня без рационального обоснования необходимости сделки ее заключение зачастую становится невозможным даже при наличии большого количества эмоциональных характеристик объекта — красивого вида, абсолютно удачной планировки, панорамных окон», — считает госпожа Конвей.

В недвижимости премиального класса немного изменилось соотношение между инвестиционными покупками и покупками для собственного использования. Спекулятивных покупок стало меньше, в то время как покупок для сохранения средств и покупок «на будущее» стало больше. В массовом сегменте доля инвестиционных сделок по-прежнему достаточно велика.

**ИПОТЕЧНОЕ ОТЛИЧИЕ** К отличиям можно отнести и мотивы получения ипотечных кредитов. «Отличие сделок в премиальном сегменте от бюджетных — в источниках финансирования. Если в бюджетном сегменте на ипотеку приходится до 40% сделок, то в элитном сегменте с использованием ипотеки совершается не более 5% сделок, 10% приходится на лизинговые сделки, 25% — на рассрочку от за-

стройщика», — рассказывает Тимур Нигматуллин, финансовый аналитик группы компаний «Финанс».

С этой точкой зрения не согласна Елизавета Конвей. «Несмотря на всеобщее заблуждение, что в элитном сегменте ипотечное кредитование необходимо в меньшей степени, среди покупателей довольно высока доля тех, кто не желает оплачивать покупку одновременно. Такие люди берут ипотечный кредит из тех соображений, что эти деньги, как правило, выгоднее оставлять в бизнесе, а взять кредит получается дешевле. В этом сегменте покупатель предпочитает „купить“ деньги, что выгоднее для бизнеса. Если в масс-маркете мотив получения ипотечного кредита — отсутствие необходимой суммы, то в элитном сегменте деньги у покупателя есть, но он хочет использовать их более эффективно», — рассуждает госпожа Конвей.

Если в массовом жилье залогом успеха сделки часто становится умение донести до покупателя информацию о значимых для него характеристиках проекта — будь то близость к станции метро, удаленность от центра города, более или менее сложившийся облик окружения, минимальное количество квартир-студий, то для того, чтобы продавать премиальную недвижимость, этого будет недостаточно. «Недостаточно знать и конкурентов, цены, условия покупки: в премиальном сегменте очень важно понимать не только мотивы клиента, важным становится умение прогнозировать. Поскольку элитный рынок Петербурга является одним из самых динамично развивающихся — застраиваются новые территории, где зачастую до текущего момента дома высокого класса не реализовывались (яркий тому пример — Петровский остров), консультант должен уметь прогнозировать развитие той или иной территории, ее потенциал», — говорит госпожа Конвей.

«Приобретение элитного жилья — процесс, принципиально отличающийся от покупки квартиры в сегменте массового спроса. Это связано с тем, что элитное жилье крайне редко бывает первой покупкой недвижимости, является средством сохранения средств. В то время как приобретение квартиры в комплексе эконом-или комфорт-класса чаще всего связано с потребностью в жилье как таковом. Покупатели элитного жилья являются более требовательными, с ними необходимо „говорить на их языке“, что под силу лишь небольшому числу брокеров. Новых тенденций на рынке не происходит», — считает Илья Андреев, вице-президент NAI Becar.

Ирина Доброхотова, председатель совета директоров компании «Бест-Новострой», добавляет: «Для продажи

элитного жилья недостаточно просто разместить рекламу и ждать, когда придет клиент. Более того, эксклюзивные объекты могут продаваться в закрытом режиме — без всякой рекламы, с использованием только собственной клиентской базы брокера (но в основном на растущем активном рынке)».

**ЕДИНИЦЫ НА РЫНКЕ** В настоящее время на рынке высококлассной жилой недвижимости (сегменты премиум и de luxe) Московского региона работает около 30 компаний. Среди них как агентства, которые стояли у истоков развития этих сегментов рынка (Penny Lane, Kalinka Realty, Blackwood, Contact Real Estate), так и компании, начавшие свое развитие после кризиса 2008 года (Point Estate, Bon Ton). Как правило, новые компании основываются успешными брокерами, которые имеют свой взгляд на принципы успешного ведения бизнеса и «переросли» работу в составе крупного сложившегося агентства.

В Петербурге с премиальным сегментом у риелторов дело обстоит еще хуже. Госпожа Конвей считает, что с элитным жильем на петербургском рынке работают не больше десяти крупных компаний. А Илья Андреев насчитывает и того меньше: «Сегодня на рынке Петербурга менее десяти компаний заявляют о том, что специализируются на продаже премиальной недвижимости. На деле — две-три компании и несколько частных брокеров».

Впрочем, Алексей Попов, руководитель аналитического центра ЦИАН, отмечает, что на рынок выходят и новые игроки. Он полагает, что тенденцией последних трех-пяти лет стало размытие специализации многих агентств. Если в начале и середине 2000-х годов агентство практически всегда четко специализировалось на одном из сегментов рынка, то сейчас свои подразделения по сделкам с дорогими объектами успешно развивают в компаниях, ассоциирующихся, прежде всего, с жильем экономкласса (Est-a-Tet, Metrium, «Миэль»). И к тому же брокеры элитной недвижимости могут принимать участие в реализации объектов комфорт-

класса в Подмоскowie. В последние годы участниками рынка предпринимались попытки по выстраиванию картельных союзов, наиболее известным из которых является Top Brockers Alliance в составе компаний Contact Real Estate, «Savills Россия», Welhome и Tweed.

Одной из особенностей организационной структуры рынка элитной недвижимости является снижение доли объектов, реализуемых тем или иным брокером на эксклюзивных правах. Это несколько затрудняет оценку общего объема предложения на рынке, так как одна и та же квартира может быть выставлена в базах объявлений многократно, иногда с косметическими изменениями характеристик (цены, площади).

Госпожа Доброхотова объясняет: «Сейчас закрытых продаж стало меньше, так как и уникальных объектов в принципе не много, и покупателей — условно говоря, все давно купили себе „квартиру мечты“. Поэтому довольно редко реализацией элитного жилого комплекса (в особенности, если квартир в нем много, что нынче не редкость для премиум-сегмента) занимается одно агентство на эксклюзиве. Доступ к продажам получают многие, а выигрывает и зарабатывает, разумеется, тот, кто находит покупателя».

Ирина Могилатова, генеральный директор агентства Tweed, из интересных трендов отмечает расширение линейки предложения в элитных агентствах недвижимости: «Сегодня интересы покупателей премиальной и „бизнесовой“ недвижимости пересекаются, и брокеры это учитывают. Крупные элитные компании создают отделы, которые занимаются реализацией недвижимости, которая не является мегаэлитной».

На первичном рынке, впрочем, многие девелоперы продолжают продавать свое жилье самостоятельно. «Мы работали и продолжаем работать с разными агентствами. С кем-то более успешно, с кем-то менее. Но могу сказать, что лучшим продавцом является сам застройщик — никто лучше него не знает всех тонкостей проекта, его преимуществ», — заключает Екатерина Запороженко, директор по продажам UK Docklands. ■

## НА ЮГ

Южное направление больше интересует петербуржцев, планирующих и уже купивших загородные участки. Таков результат опроса, проведенного компанией Mix Research.

Информация была собрана методом телефонного опроса, в котором приняли участие 1360 жителей Северной столицы. 38% опрошенных предпочитают южные районы Ленобласти, еще 31% выбирают северо-западные. Расстояние от Петербурга до привлекательных локаций в 21% случаев не превышает 20 км; еще 40% находятся на удалении 20–60 км от города.

В подавляющем большинстве случаев основная цель покупки земельного участка — постройка дома (85% опрошенных). 13% петербуржцев намерены заниматься сельскохозяйственными работами. В качестве способа вложения денег земельный участок рассматривают 6% опрошенных. Затраты на покупку в среднем составляют 1,7 млн рублей. Мужчины обычно готовы заплатить за участок больше, чем женщины: 1,9 млн рублей против 1,4 млн. По данным [www.gazeta.bn.ru](http://www.gazeta.bn.ru)