



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР GUIDE
«ЭЛИТНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»

УДОВЛЕТВОРИТЬ ВСЕ ЗАПРОСЫ

Портрет покупателя элитной недвижимости меняется — эксперты в один голос говорят, что он стал заметно моложе. Отчасти этому способствует то, что за последнюю пару лет особенно заметно выдвинулась на лидерские позиции IT-отрасль. А в ней, как правило, владельцами бизнеса являются достаточно молодые люди. Молодеет и целевая аудитория девелоперов, работающих в премиальном сегменте, и потому, что у состоятельных людей выросли свои дети, которым теперь нужно отдельное жилье.

Помолодевший покупатель выдвигает новые запросы к премиальным проектам. Это касается и архитектуры проектов — становится востребованным стиль хайтек, большую популярность приобретает минимализм, меняются и требования к оформлению мест общего пользования и внутридворовым территориям.

Впрочем, в общей массе покупателей элитного жилья в последние годы нарастает доля иногородних покупателей, которые, очевидно, все же имеют иные предпочтения, чем местные покупатели дорогих квартир. Чаще всего жилье в Петербурге приобретают жители нефтедобывающих регионов, и у таких клиентов требования могут быть прямо противоположные тем, что выдвигают местные жители. Если для коренного петербуржца ключевым фактором при выборе жилья является приватность, тишина, вид на воду или парк, для иногородних покупателей часто главным критерием является нахождение жилья в центре.

Отчасти такое расслоение тоже идет на пользу рынку. Стремясь удовлетворить потребности всех категорий покупателей, девелоперы вынуждены искать разнообразные формы решений своих проектов, что в конечном итоге положительно сказывается и на внешнем облике всего города.

ЛОКАЦИЯ ВЛИЯЕТ НА ПОРТРЕТ

УЧАСТНИКИ РЫНКА ГОВОРЯТ, ЧТО ЗА ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ ПОКУПАТЕЛЬ ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ ЗАМЕТНО ПОМОЛОДЕЛ. ЭКСПЕРТЫ ЗАМЕЧАЮТ, ЧТО ЧАСТО ПОРТРЕТ ПОКУПАТЕЛЯ ДИКТУЕТ НЕ ТОЛЬКО КЛАСС ЖИЛЬЯ, НО И ЕГО ЛОКАЦИЯ.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Основными покупателями элитной недвижимости по-прежнему являются представители бизнеса, чиновники и топ-менеджеры крупных компаний. Артем Зубенко, генеральный директор «Мир квартир элит Крестовский», считает, что сегодня к этому списку можно смело добавить специалистов IT-индустрии. «Развитие цифровых технологий привело к снижению среднего возраста предпринимателей, а это в свою очередь омолодило среднестатистического покупателя», — рассуждает эксперт. Также приобретают премиальную недвижимость дети вышеперечисленных категорий. По статистике «МК элит Крестовский», сегодня средний возраст покупателя элитных квартир составляет от 30 до 40 лет.

Эксперты говорят, что за прошедшие пять лет образ потребления стал менее демонстративным, а тяга к показательной роскоши стала меняться трендом на рациональность. «Вот и покупатель чаще стал выглядеть скромнее, сдержаннее», — замечает господин Зубенко.

Сергей Софронов, коммерческий директор ГК «ПСК», считает, что пандемия коронавируса скорректировала и цели приобретения элитной недвижимости, и портрет покупателя, и его потребности. Сейчас главным мотивом покупки, по его мнению, является сохранение денег, в то время как раньше люди думали об инвестиционной привлекательности того или иного объекта.

«Пять-семь лет назад большая часть клиентов приходилась на известных бизнесменов, топ-менеджеров крупных компаний, банкиров. Сейчас элитные квартиры приобретают малопубличные люди, чьи профессии связаны с новыми технологиями — IT-специалисты, киберспортсмены, а также те, кто работает на фондовом и валютном рынках. Из известных людей премиальное жилье выбирают блогеры», — перечисляет господин Софронов.

ЗАВИСИТ ОТ ОБЪЕКТА Екатерина Пчелкина, начальник отдела маркетинга «РСТИ», рассказывает: «Опросы наших покупателей показывают, что средний возраст приобретателей премиального жилья — 40 лет. В основном это люди, проживающие в Петербурге, руководители или собственники бизнеса».

Елена Петропавловская, руководитель аналитического центра группы RBI, также полагает, что в элитном сегменте клиент в последние годы в целом молодеет. «Хотя товарный запас у конкретного застройщика не такой большой, поэтому локально ситуация может меняться. Например, в наших проектах за последний год (2021) возрастной состав немного поменялся в сторону чуть более старшего поколения, выросла доля клиентов в возрасте 45+».



ЕВГЕНИЙ ПЯВЛЕНКО

ПЯТЬ-СЕМЬ ЛЕТ НАЗАД БОЛЬШАЯ ЧАСТЬ КЛИЕНТОВ ПРИХОДИЛАСЬ НА ИЗВЕСТНЫХ БИЗНЕСМЕНОВ, ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ, БАНКИРОВ. СЕЙЧАС ЭЛИТНЫЕ КВАРТИРЫ ПРИОБРЕТАЮТ МАЛОПУБЛИЧНЫЕ ЛЮДИ

Руслан Сырцов, вице-президент GloraX, говорит: «Можно отметить, что покупатель элитной недвижимости помолодел. Если раньше это были семейные люди в возрасте от 40 до 50 лет с высшим образованием и высоким уровнем дохода, преимущественно владельцы бизнеса и топ-менеджеры компаний, то сейчас это клиенты от 30 лет и необязательно с семьей. Мы связываем этот тренд с активным развитием цифровых технологий и снижением среднего возраста топ-менеджмента компаний».

Господин Зубенко отмечает, что среди покупателей растет доля иногородних. «В период пандемии из-за невозможности поездок за границу многие жители России выбирали Петербург как альтернативу Европе. Все это повышает спрос на недвижимость города для иностранцев и региональных покупателей», — поясняет эксперт.

Госпожа Пчелкина полагает: «Доля региональных покупателей в этом сегменте около 25%. Причем этот показатель остается относительно стабильным на протяжении последних лет. Большую часть этой доли составляют жители Московского региона».

Руслан Сырцов, вице-президент GloraX, также говорит о доле региональных покупателей в 20–25%, но он считает, что она последние годы растет. «При этом количество иностранцев, приобретающих квартиры в Северной столице, в последние годы значительно сократилось, что связано с политической ситуацией в стране и пандемией», — говорит он.

По словам госпожи Петропавловской, доля региональных покупателей в элит-

ном сегменте у RBI обычно держится на уровне 30%. «В этом году она составляет 35%, но этот рост, опять же, скорее, является фактором конкретного товарного запаса, специфики тех проектов и локаций, которые на сегодня есть в продаже. Как пример: в проекте „Русские сезоны“ была более высокая доля покупателей из Петербурга и Ленобласти, так как именно местные жители больше знают локацию Сестрорецка и чувствуют ее ценность. Когда продажи в этом проекте закончились — это повлияло в целом на долю сделок с региональными покупателями, она выросла», — поясняет она.

Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers, также отмечает, что зачастую в элитном жилье портрет потенциального покупателя диктует локация. «Например, ранее популярный Крестовский остров — известная рекреационная локация, наиболее подходящая для семейного проживания, сегодня становится не таким комфортным направлением из-за широкой развитой развлекательной инфраструктуры, которая привлекает чрезмерное количество трафика и нарушает ранее излюбленную приватность и обособленность. В то же время изменения претерпел практически весь центр: количество элитных проектов в Центральном районе сократилось практически до нуля. На арену выходят несколько проектов апартаментов и проекты в компромиссных локациях промышленного центра, но уже в премиум-классе, хотя, как нам кажется, через несколько лет эти локации вполне можно будет считать элитными благодаря преобразующемуся облику», — рассуждает госпожа Конвей. → 18