



По следам охотников за «трофейными» домами

АВТОР: Альберт АКОПЯН

В лексиконе риэлторов все чаще проскальзывают странные термины: trophy-house, trophy-home, trophy-realty. Эти термины претендуют на название целого класса недвижимости, притом высочайшего уровня. Если коротко, то ими обозначается жилье, которое не подчиняется обычным законам ценообразования. В этом смысле его можно сравнить с сигарным ящиком Уинстона Черчилля или платьем Мэрилин Монро.

Очередная маркетинговая фишка или новая реалья? Со вторым словом — house, home или realty — все понятно. А вот первое слово правильнее переводить не как «трофей», а как «добыча». И оно все объясняет: трофи-недвижимость — это жилье, за которым охотятся, его главные черты — высокий спрос и мизерное предложение, очередь покупателей, диктат продавца и настоящая слава. Плюс зависть владельцев «обычных» элитных домов.

Комментирует генеральный директор Real Estate Consult Михаил Храмов: «На Западе термин «трофи-риэлти» порядком девальвирован. Если не ошиба-

юсь, он начал употребляться при президенте Рейгане в 1980-х и что-то еще значил при Клинтоне в 1990-х. Сегодня словосочетание «трофи-недвижимость» навязло в зубах, его можно встретить в рекламе разве что какого-нибудь захудалого агентства в Айдахо. Название для нас не очень удачное, но само явление на рынке Москвы и Питера определенно существует».

В США этот термин применяется и в отношении отдельных инвесторов — охотников за особенной недвижимостью. Например, в публикации The Wall Street Journal от 21 октября прошлого года «Larry Ellison: The Nation's Most Avid Trophy-Home Buyer?» («Ларри



Трофи-недвижимость – это жилье, за которым охотятся, его главные черты – высокий спрос и мизерное предложение, очередь покупателей, диктат продавца и настоящая слава

«На Западе термин «трофи-риэлти» порядком девальвирован. Если не ошибаюсь, он начал употребляться при президенте Рейгане в 1980-х и что-то еще значил при Клинтоне в 1990-х. Сегодня словосочетание «трофи-недвижимость» навязло в зубах, его можно встретить в рекламе какого-нибудь захудалого агентства в Айдахо. Название для нас не очень удачное, но само явление на рынке Москвы и Питера определенно существует»

Эллисон: самый заядлый покупатель трофи-хоум в стране?». Как следует из статьи, недвижимость, которую покупает миллиардер Ларри Эллисон, имеет не только высокий ценник, но и максимальный потенциал роста. В результате мероприятий, которые проводит с ней собственник (укрупнение ключевого владения за счет соседних участков, ландшафтный дизайн и т. п.), и без того немалая стоимость увеличивается. Очень важно, что Эллисону нет нужды рекламировать объект: один принадлежал семейству Асторов, другой расположен в Малибу, третий — в историческом императорском саду в Киото.

Забавно, что в статье названы имена других охотников за трофи-хоум, которые, похоже, превращают объекты в «трофи» одним фактом того, что

какое-то время владеют ими. Это соучредитель Microsoft Пол Аллен и наш соотечественник Роман Абрамович. Упоминают авторы и «других русских олигархов». Впрочем, и Ларри Эллисон в США человек не последний. Точнее, третий в списке Forbes. Вероятно, имя прежнего владельца и есть главный признак «добычи».

«Девиз Ларри всегда был «Покупай лучшее. Без компромиссов», — сказал о своем клиенте соучредитель агентства недвижимости Westside Курт Раппопорт (оно представляло Эллисона в нескольких сделках в Малибу). Не приводя конкретных примеров, Раппопорт тем не менее пояснил, что объединяет объекты охоты миллиардера: дефицитный товар, который не может быть воспроизведен.



«Раз нет аналогов, то и рыночные механизмы, по которым оценивается стоимость квартиры или дома, не работают. В России так могли бы называться несколько знаковых домов в районе Остоженки»

В отличие от скрытного американца российские риэлторы называют конкретные адреса и делятся своим видением трофи-недвижимости. «Трофи-хаус — это объект, аналогов которому нет, — говорит CEO компании «Калинка-риэлти» Ольга Кузнецова. — А раз нет аналогов, то и рыночные механизмы, по которым оценивается стоимость квартиры или дома, не работают. В России так могли бы называться те дома, спрос на квартиры в которых всегда превышает предложение: «Стольник», «Дворянское гнездо», «Молочный, 1», несколько других знаковых домов в районе Остоженки».

Эксперт относит к трофи-хаусам и объекты, отмеченные легендой, обладающие уникальными характеристиками. «К таким относятся дом страхового общества «Россия», а также дома или квартиры политиков и звезд шоу-бизнеса, допустим, недавно продававшиеся квартиры Брежнева или Киркорова (где он жил с Пугачевой)», — поясняет Ольга Кузнецова.

Управляющий директор Soho Estate Ирина Егорова допускает, что в данный класс вполне могут попасть новые

дома: «Если говорить о рынке городского жилья, то к трофи-хаусам стоит причислить жилой комплекс, построенный в Гранатном переулке, 8. Это, без преувеличения, по-византийски роскошный дом с каменными фасадами, выполненными на заказ в Италии, качественной отделкой, библиотекой с каминном. Аналогов на московском рынке пока просто нет».

При этом эксперт отмечает, что на фоне типового жилья любой элитный дом исключителен. И признает, что в наших условиях без продвижения не обойтись: «Подобная маркетинговая концепция имеет право на существование. Она призвана выделить объект недвижимости из конкурентной среды, а также обосновать его высокую стоимость». Тем не менее трофи-хаус — несомненно, исключительный объект, жемчужина рынка.

Ирина Егорова приводит пример жемчужины: «В формат трофи-хаус, на мой взгляд, попадают и некоторые элитные квартиры вторичного рынка. Например, сейчас экспонируется уникальная квартира в Романовом переулке с роскошным дизайном, включаю-





щим антикварные предметы интерьера. При средней цене для этого места \$20 тыс. за 1 м² квартира продается за \$50 тыс./м²».

Как видим, на российской почве трофи-недвижимости формат несколько «плывет». Ольга Кузнецова отмечает, что трофи-хаусами становятся только те объекты, которые сами являются

Но при этом стоимость сотки — \$120–150 тыс. — «потолок» рублевских цен.

Оба эксперта согласны с тем, что если раньше ключевым параметром для московского объекта класса «люкс» было расположение в историческом центре, то сегодня для покупателя не менее, а зачастую и более значимыми становятся репутация застройщика,

Судя по сообщениям информационных агентств, звезды Голливуда и хоккейных площадок только тем и занимаются, что покупают и продают дома и пентхаусы. Их «непоседливость» вполне объяснима. Неважно, что они одновременно владеют несколькими объектами, в некоторых даже не появляясь. Главное – они обеспечивают объекту элитной недвижимости свое имя. Через пару лет дом уйдет с наценкой

Сегодня значимыми параметрами для покупателей становятся репутация застройщика, гарантии соблюдения сжатых сроков строительства и участие в проекте известных архитекторов и дизайнеров

брендом — «проекты мировых знаменитостей в области проектирования, архитектуры и дизайна, нигде в мире не повторенные».

Среди загородных объектов Ирина Егорова упоминает поселок «Пирогово», расположенный на Осташковском шоссе в 20 км от МКАД. У владельцев домов земля не в собственности, а в долгосрочной аренде на 49 лет.

гарантии соблюдения сжатых сроков строительства и участие в проекте известных архитекторов и дизайнеров.

Но будем объективными — это не совсем то, за чем охотится Ларри Эллисон. «На последней выставке MIPIM компания «Галс-Девелопмент» представила квартал «Литератор» в Хамовниках, — рассуждает Михаил Храмов. — Проект, я уверен, будет замечательным.



Недвижимость, которую покупает миллиардер Ларри Эллисон, имеет максимальный потенциал. В результате укрупнения ключевого владения, ландшафтного дизайна и т. п., и без того немалая цена увеличивается

Беспокоит только то, что некоторые риэлторы, по моим сведениям, предлагают трофи-риэлти в качестве стратегии его продвижения. На мой взгляд, это неразумно. Не только потому, что нечестная эксплуатация термина ведет к его обесцениванию в будущем. Она способна навредить проекту, достаточно хорошо для того, чтобы прибегать к сомнительным приемам продвижения».

Судя по сообщениям информационных агентств, звезды Голливуда и хоккейных площадок только тем и занимаются, что покупают и продают дома и пентхаусы. Их «непоседливость» вполне объяснима. Неважно, что они одновременно владеют несколькими объектами, в некоторых даже не появляясь. Главное — они обеспечивают объекту элитной недвижимости свое имя. Через пару лет дом уйдет с наценкой. Бывают и проколы: некоторым звездам лучше палить по монстрам и гонять шайбу, а не отнимать хлеб у профессионалов.

Из сказанного выше, кстати, следует, что трофи-недвижимость — исключительно «вторичка». Но у нас и настоящих звезд, скупающих пачками элитные квартиры, немного. А те своего рода

«звезды», которые имеют возможность скупать, публичности избегают.

Конечно, приятно сказать по случаю: «Вот, у X, владельца компании «Ёклмн», трудности, я и прикупил у него квартиру — выручил друга». Но не махать же после этого бумажками, доказывающими, что квартира принадлежала X. Для успеха необходимо, чтобы прежний владелец раздавал в этой квартире интервью, устраивал широко освещаемые светские рауты и т. п. Но у нас это не принято. И воспитывать клиентов в правильном русле риэлторам пока не удается — тоже не принято.

Выводы просты. В наших условиях трофи-недвижимости не хватает имен бывших владельцев. Так что ни о каком новом проекте, даже самом замечательном, нельзя заранее сказать, что он станет объектом охоты. То есть спрос на квартиры в конкретном доме или на коттеджи в определенном поселке может стабильно превышать предложение. Но давайте не будем притягивать это к методике Ларри Эллисона. Иначе в конце концов скатимся до «деревенских хитростей» того самого агентства из Айдахо. **ПН**





ГОТОВЫЙ ДОМЪ

в переулках Арбата

22-888-00
www.afanasievsky.ru

