



Ценители престижа выбирают лофты

АВТОР: Оксана САМБОРСКАЯ

В начале этого века на столичном рынке появился новый для наших широт формат — лофт-апартаменты. Своей оригинальностью и необычностью они завоевали многие сердца, особенно среди прогрессивно мыслящих и творческих людей. Однако отношение к этому формату нельзя назвать однозначным.

Часть профессионалов уверены, что лофт, всегда подразумевающий открытое пространство (open space), — это не то, к чему лежит душа у наших соотечественников. К тому же лофты — жилье достаточно дорогое, позволить себе его могут только очень обеспеченные люди. У нас к такой категории относятся в основном взрослые и семейные, а какое может быть открытое единое пространство для семьи с детьми?

Кроме того, как считает генеральный директор компании Tweed Ирина Могилатова, сегодняшняя рыночная ситуация не способствует приобретению лофтов: «Этот формат не в тренде: лофт предполагает большие помещения,

а сейчас рынок таков, что люди покупают лишь столько, сколько им надо, и не готовы замахиваться на большие площади, если в этом нет необходимости».

И в целом это было бы верно, если бы не одно «но»: даже за столь короткую историю на столичном рынке у лофт-апартаментов сформировалась четкая покупательская аудитория, которую директор по продажам компании KR Properties Александр Подусков делит на несколько основных групп.

Первая группа (кстати, наиболее многочисленная) — покупатели, занимающиеся бизнесом: руководители компаний и бизнесмены из других городов. Они используют апартаменты в качестве



Лофт — переоборудованное под жилье промышленное помещение. Лофт имеет американское происхождение и берет начало от фабричных построек, складов и мастерских. Идея использования заброшенных мануфактур под жилье и рабочие помещения возникла уже в 1940-х годах в фабричном районе Манхэттена. Тогда цены на землю в центре города поползли вверх — промышленные предприятия стали выводить на окраины. Пройдя путь от мастерской до стильного помещения, лофты оказались на пике моды к 1950-м годам. Именно в них была сосредоточена артистическая жизнь Нью-Йорка. Модные художники открывают в лофтах галереи и студии. Хрестоматийный пример — «Фабрика» Энди Уорхола. Вскоре за оригинальным жильем окончательно закрепился статус элитного. Снимать большие площади в историческом центре города молодым художникам оказалось не по карману. На их место пришли успешные адвокаты и финансисты

Часть профессионалов уверены, что лофт, всегда подразумевающий открытое пространство (open space), — это не то, к чему лежит душа у наших соотечественников. К тому же лофты — жилье достаточно дорогое, позволить себе его могут только очень обеспеченные люди.

жилья для себя и в представительских целях — как альтернативу гостинице при проведении деловых переговоров. Апартаменты в стиле лофт выбирают для длительного проживания и иностранцы, которые приехали работать в России и которых не устраивают съемные квартиры. Эта группа составляет 40% общего числа покупателей лофт-апартаментов.

Вторую группу образуют клиенты, никак не связанные с бизнесом. По наблюдениям Александра Подускова, к ним относятся обеспеченные молодые люди, а также состоятельные семьи, имеющие традиционное жилье в Москве. Их привлекают престиж, удобное местоположение и эксклюзивность. Поэтому, хотя

на рынке Москвы лофт-апартаменты представлены во всех ценовых сегментах, такие покупатели обращают внимание на проекты как минимум бизнес-класса, а чаще — элитного сегмента, такие, например, как проект «Кадашевские палаты» на «Третьяковской». «Отмечу, что для данной категории покупателей очень важны эмоциональная оценка архитектуры и высокое качество строительства. Они много времени проводят за границей, и у них уже сформировались определенные требования и особое представление об эстетике лофт-жилья. Эта группа составляет 35% всех покупателей лофт-апартаментов», — подчеркивает Александр Подусков.



Третья группа претендентов на лофт-апартаменты — молодые семьи среднего достатка, для которых апартаменты являются доступным аналогом обычного жилья, но с налетом эксклюзива. Просторные помещения лофтов привлекательны для людей творческих профессий, представителей шоу-бизнеса и популярных спортсменов, которые входят в эту группу. В лофтах устраивают творческие студии, проводят демонстрации работ, вечеринки и фотосессии. Эта категория покупателей составляет 25 % всех интересующихся подобным типом недвижимости.

Есть еще одна пусть немногочисленная, но яркая часть покупателей — успешные люди, которые хотят перемен, ищут эмоциональную подзарядку, в том числе и в смене образа жизни и среды проживания.

Сегодня в активных стадиях развития находятся более 10 проектов лофт-апартаментов, еще столько же готовится к запуску. Изучив весь спектр предложений, ДН составил рейтинг наиболее интересных объектов, на которые чаще всего обращают внимание профессионалы и покупатели:

- «Кадашевские палаты»
- «Николаевский дом»
- лофт-апартаменты в «Даниловской мануфактуре»
- Clerkenwell House
- Manhattan House
- резиденция Loft Garden
- «Мансарды на Мясницкой»
- деловая резиденция TheLoft
- Loft Factory
- клубный комплекс Pure Loft

В этом списке проекты представлены вне зависимости от класса, однако при выборе конкретного варианта значительную роль начинают играть такие характеристики, как местоположение, уровень, качество проекта и, конечно, цена. Как отмечает Александр Подусков, в сегменте экономкласса стоимость апартаментов составляет \$5-6 тыс. за 1 м², в проектах бизнес-класса — \$9-13 тыс. за 1 м², а в элитном сегменте цена «квадрата» доходит до \$14-20 тыс. **ДН**



ГОТОВЫЙ ДОМЪ

в переулках Арбата

22-888-00
www.afanasievsky.ru

