

«Задача застройщика — задавать планку нового уровня жизни»

Гендиректор СК «Акцент» Игорь Корчинов — о развитии премиального рынка жилья

Строительной компании «Акцент» исполнилось 15 лет — повод подвести итоги проделанной работы и наметить долгосрочные цели. Генеральный директор ООО СЗ «Акцент-Сити» Игорь Корчинов рассказал о выполненных проектах, вызовах сегодняшнего дня и перспективах строительной отрасли.

— **Игорь Анатольевич, с чего вы начали бизнес?**

— Строительная компания «Акцент» начала со строительства в центре Воронежа небольших домов коттеджного типа — от десяти до 50 квартир. Тогда, 15 лет назад, коттеджная застройка в городской черте только набирала обороты, и наши объекты были встречены «на ура», мы буквально взорвали рынок — это был новый уровень жилого строительства. Наши проекты отвечали всем требованиям жилья комфорт-класса, с прекрасной возможностью для воронежцев повысить уровень и качество жизни.

Некоторые наши прежние решения и сейчас выглядят достаточно актуально. Например, жилой дом на улице Авиационной, 17 гармонизирован с существующей застройкой, так как при проектировании были учтены все преимущества локации: из окон открывается прекрасный вид на водохранилище и Покровский кафедральный собор. Думаю, что квартиры в этом доме были бы востребованы и сейчас.

Позже мы увеличили высотность. Начали с 6–7 этажей, затем строили все выше. Но в любом случае отталкивались от локации и существующего окружения. Например, на улице Загородной мы построили классическую многоэтажку эконом-класса, так как другой формат в этом месте просто бы провалился: и как проектное, и как бизнес-решение. Тем более старт этой стройки совпал с кризисом 2008–2009 годов, и тогда остро стояла задача любой ценой удержать стоимость квадратного метра. О том, чтобы заработать, речь вообще не шла, главное было не уйти в минус, — к моменту ввода объекта в эксплуатацию себестоимость квадратного метра равнялась его рыночной стоимости.

После стабилизации рынка мы вновь вернулись к своей основной концепции — строить жилье более высокого класса.

— **Проект «Северное Сияние» на Бульваре Победы, который вы собираетесь сдавать в этом году, — из этой серии?**

— Это классический комфорт-класс. С «Северным Сиянием» мы четко попали



в потребительский запрос — жилье более высокого уровня в районе со сложившейся застройкой. Бульвар Победы — это «старый» Северный микрорайон, где практически нет новостроек, а людям хочется улучшить условия жизни, не меняя привычной локации.

Сейчас рынок перенасыщен жильем эконом-класса. Как правило, такие дома расположены в труднодоступных микрорайонах, удаленных от центра, или сквонаных круглосуточными пробками. Отсюда естественный интерес покупателей к более качественным квартирам в районе с хорошей инфраструктурой и комфортным транспортным сообщением.

При этом в «Северном Сиянии» интересна не только локация, но и планировки квартир. Они принципиально отличаются от того, что предлагается сейчас на рынке воронежских новостроек.

— **Почему именно на планировках вы делаете особый акцент?**

— Нам нравится строить качественное жилье. Приятно слышать от покупателей, что наши проектные решения отличаются от стандартного видения застройщиков. Разумеется, в вопросе выбора планировки действует правило «на вкус и цвет товари-

щей нет»: сколько семей, столько и разных потребностей. Наша задача — дать свободу выбора, предусмотреть максимум вариантов, чтобы каждый клиент нашел свою идеальную квартиру.

Признак хорошей планировки — гармоничная форма помещений и возможность зонировать квартиру, какой бы площади она не была. Мы учитываем современные тренды в дизайне и стараемся создавать проекты, позволяющие покупателям в дальнейшем реализовать актуальные идеи обустройства пространства. Сотрудничество с лучшими дизайнерами и архитекторами дает возможность делать проекты, отвечающие современным запросам.

— **А какой из ваших проектов вы считаете самым амбициозным?**

— «К-15» на Кольцовской. Осенью прошлого года мы приступили к строительству десятиэтажного клубного дома. Это премиальное жилье, рассчитанное на небольшое количество жильцов со вкусом и средствами.

Сейчас мы уже можем с уверенностью сказать, что приняли правильное решение, — спрос на премиальную недвижимость растет во всех регионах,

и Воронеж не исключение. Люди готовы платить больше за комфорт и нетиповые решения, а нам со своей стороны интересно строить не просто квадратные метры, а комфортное пространство для жизни.

— **С чем, по вашему мнению, связан рост спроса?**

— Рынок испытывает определенный дефицит качественного жилья, а дома в историческом центре с премиальными отделками и небольшим количеством квартир вызывают особый интерес. Недвижимость высокого класса в том числе приобретается и в инвестиционных целях. Потенциальных инвесторов не пугает стоимость квадратного метра клубного жилья даже на этапе котлована, тем более что уровень капитализации премиальных объектов очень высокий. Наших покупателей, в первую очередь, интересует локация, качество проекта, набор опций и предсказуемое соседство.

При этом в последнее время мы наблюдаем и изменение портрета покупателя, — на сегмент элитной недвижимости обратили внимание не только традиционно активные инвесторы в возрасте от 50 лет, но и клиенты 35–45 лет. Молодеющий спрос свидетельствует о том, что мы нашли правильный подход к аудитории, предложили потенциальным покупателям актуальную концепцию.

— **Новые идеи для проектов уже есть или пока что сосредоточились на «К-15»?**

— В конце лета приступаем к реализации нового масштабного проекта в историческом центре Воронежа. Это будет жилой комплекс из нескольких десятиэтажных домов с общей территорией. Безусловно, мы учтем опыт «К-15», и лучшие концептуальные и технологические решения перенесем в новый объект. По нашей задумке должно получиться очень достойное и качественное жилье в отличной локации, классом чуть ниже «К-15».

— **Ваш главный вывод по итогам 15 лет работы в строительной отрасли.**

— Нереализуемых задач нет. Если очень сильно чего-то хотеть, то обязательно добьешься, даже если сначала цель кажется недостижимой. Надо строить красиво, развивать культуру потребления, формировать рынок. Задача застройщика не просто создавать квадратные метры, а задавать планку нового уровня жизни.

