

НУЖЕН Е НОВ БИЗНЕС МОДЕЛ ЗА ПАНЕЛНИТЕ ЖИЛИЩА

Арх. Пламен Мирянов, "Артекс Инженеринг", пред THE INFLIGHT MAGAZINE

Текст: КОНСТАНТИН ТОМОВ



Архитект Мирянов, "Артекс Инженеринг" бе сред най-добре устоелите на кризата компании в строителния сектор. отминаха ли напълно днес ефектите от кризата?

Не са отминали съвсем, но все пак можем да говорим за стабилизация на пазара, с много повече търсене на луксозни жилищни имоти и на ново строителство. Бихме се радвали да допринесем за образованието на клиентите в тази област: да търсят ново строителство и да избягват старото, панелното. То е подостъпно, разбира се, но е и много по-рисково, защото гаранцията му ще изтече в следващите години.

Навремето панелните сгради са строени с по 50-70 години предвиден живот. Много от тях са съвсем близо до тази граница.

Мащабните програми за саниране, които предприе правителството, дават ли реален ефект, или са половинчати мерки?

За мен са недостатъчни. Трябва да се вземат наистина генерални мерки за подновяване на всички тези стари социалистически постройките. Да се създаде бизнес модел за подмяната им с нови. Тоест в новоизградените блокове да има части за нови клиенти и части за досегашните собственици на панелки. Междувременно да се създадат достатъчно оборотни жилища, където собствениците на панелки да живеят, докато се строят новите блокове.

Как ще се финансира проект с толкова голям мащаб?

Интересното е, че нещо подобно вече се случва в страни като Русия. Там подновяването на жилищния фонд обаче е държавна политика.

Когато посетих прочутото бюро на Заха Хадид в Лондон, точно вървяха такива разговори с кмета на Москва Сергей Собянин и главния архитект Сергей Кузнецов. Искаха бюрото на Хадид да направи проекта за подмяна на старите панелки - така наречените "хрущовки". Така че е съвсем постижимо. Въпросът е да имаме смелостта да предприемем такива генерални мерки. А не да чакаме някой инцидент да ни принуди.



Пламен Мирянов в ателието на Zaha Hadid Architects в Лондон

Прави впечатление, че напоследък се насочвате все повече към по-високи сгради. Това знак за намаляващия брой свободни парцели в София ли е, или има и други обяснения?

Естествено, тази насоченост е свързана и с факта, че парцелите все повече намаляват, и са с по-малка квадратура, особено в централните райони на града. Но освен това ние като архитекти и инвеститори осъзнахме, че има много повече търсене на гледка. Купувачът иска да е високо над

всичко. Дори и над уличния прах, шума и смога. Когато се изкачим на 50 метра, и въздухът, разбира се, става по-добър. Освен това самият силует на града трябва да започне да се развива и да придобива контура на модерен европейски град. Не искам София да прилича на Хонконг, естествено. Но за мен е практически един град да расте във височина.

Все пак в София има и райони, където презастрояването е несъмнен факт, водещ до усложнения с транспорта, паркирането, и до сериозен дисбаланс при зелените площи. Защо София продължава да се развива навътре, вместо навън? Защо градът не се разширява?

Според мен основната пречка е - нека не бъда груб и да казвам "алчността на инвеститорите" - но големият интерес и по-високите цени на имотите в центъра, по-лесната инфраструктура и попривлекателната локация.

За мен е несравнимо по-смислено и разумно да се развият нови квартали, нови части в периферията на града - където можем да имаме и водни площи. Една от моите идеи, която съм споделил и с партньорите в компанията, е да се изгради селище около воден басейн, като се вземат неизползваеми земеделски земи, залаят се и се образува едно езеро, около което да се създаде жилищната инфраструктура. Всеки обича гледката към водна площ.

Смятате ли, че и от местните власти зависи да насърчат едно такова разширяване на града към периферията? Като помогнат по-активно с инфраструктурата, да речем?

Със сигурност, това им е работата. Само симбиоза между властите и инвеститорите може да доведе до по-голям ръст на икономиката и до по-добро развитие на градската среда.

По целия свят кметовете и общините предизвикват водещите строителни компании и архитекти, като им предоставят непрестижни квартали, бивши сметища и други райони, където те да развихрят фантазиите си. Емблематичен е примерът с проекта „Трите кули“ - CityLife - в Милано. Там общината предостави бивш панаирен комплекс на трима велики архитекти - Заха Хадид, Даниел Либескинд и Арата Исодзаки - и те, всеки със собствения си почерк, изградиха нещо като „град на бъдещето“...

Бях в него, всеки е направил по една висока кула и по един жилищен комплекс, както го вижда самият той, затова и името „Трите кули“... Именно такива проекти ме вдъхновяват.

Епохата на незапомнено ниски лихви насочи доста спестители към имотния сектор, вместо към банките. Каква част от пазара е това? Очаквате ли промяна с предвижданото повишаване на лихвените проценти?

Може да се отрази. Наблюденията ни до момента са, че потенциалните клиенти с лекота взимат решения за по-големи апартаменти, по-скъпи имоти. Кое то означава, че и лихвите са по-приемливи, и ипотечните кредити се отпускат по-лесно. Доскоро не беше така. По-големите апартаменти по правило се купуваха предимно от чужденци - руснаци, французи, белгийци и така нататък. сега още първият имот на най-високия етаж в новата ни сграда "Златен век" бе

купен от българин. За нас е радост, че вече има българи с подобен социален статус, които искат да останат в страната и да инвестират тук.

Говори се за нов тип купувачи на недвижими имоти - емигрирали в чужбина българи, които се връщат като инвеститори. Имате ли такива наблюдения? Какъв е типичният профил на вашите клиенти?

Да, има такъв тип клиенти, които купуват по няколко жилища с идеята да ги отдават под наем. Но мен лично още повече ме радват хората, които си купуват жилище, за да се завърнат в България или за да осигурят дом тук на децата си. Мой приятел е диригентът Йордан Камджалов, който работи в Германия, но и съпругата, и децата му са тук.

България си остава страна с рекордно висок дял на собствените жилища. Забелязвате ли тенденция това да се променя? Вашата компания навършва 25 години, мислили ли сте за разширяване на бизнеса в тази посока - управление на имоти?

Ние сме извървели част от този път, защото повечето строителни компании работят с външни брокери на недвижими имоти, а ние сами сме си брокери. Това крие известни рискове, разбира се. Но пък и ние най-добре можем да представим продукта си, защото ние го създаваме и го познаваме отлично.

Нерядко сме чували от ваши колеги оплаквания от състоянието на брокерския сектор в България - че е пренаситен, хаотичен, недостатъчно регулиран. Това ли е и една от причините да вземете тази част на бизнеса в свои ръце?

Много често брокерите имат твърде много собствен интерес, не се вълнуват достатъчно от гледната точка на инвеститора. Ние винаги се опитваме да се поставим на мястото на клиента, да му предложим жилище, в което самите ние бихме живели, да мислим като него. Буквално вчера имах подобна среща с клиенти, които се бяха спрели на привидно по-атрактивен имот, но ги посъветвах да изместят фокуса, да помислят повече за удобството си. Ние вече познаваме много добре клиентите си. Да дадем тази работа на брокер, означава тепърва да го образуваме дълго време.

Цените растат уверено и някои наблюдатели дори говорят за надуването на поредния цикличен балон. Реални ли са тези цени към момента? Как изглеждат те, съотнесени към съседни пазари на Балканите? Надценен или подценен е софийският пазар?

Според мен е подценен, особено в сравнение с други балкански държави. Да не говорим за европейски. София има няколко забележителни качества, които до момента може би не са достатъчно развити, но ще се развият. Това са, разбира се, панорамата към планината, наличието на много находища на минерална вода, относително добрата инфраструктура и лек трафик - говоря в сравнение с други европейски столици. Да добавим и стратегическо положение, с лесен достъп и до съседни държави, и до морски и планински курорти. Така че за мен сегашните цени в София са някакъв абсолютен минимум като за европейска столица. Подобен на нашия продукт в Милано струва 10-15 пъти повече. А като изпълнение и качество ние превъзхождаме дори

известни италиански строители - когато погледнем детайли като тип дограма, клас на фасадната система, материали във входно фоайе...

Досега говорихме основно за София. Как се развиват останалите пазари в България? Селските и ваканционните имоти например?

Това е ниша, която е изключително недоразвита в България. Нужни са много усилия, за да се шлифова този диамант. Защото там ние наистина имаме възможността да бъдем номер 1 в Източна Европа. Сапарева баня например е едно малко бижу, което има потенциал да се превърне в сериозен балнеолечебен център заради наличието на най-горещия минерален извор в България и непосредствената близост до Седемте Рилски езера. В България има над 140 находища на минерална вода, които са недоразвити и изискват сериозно внимание - а те могат да са голямото ни предимство. Дори ако погледнете София: централната минерална баня се превърна в музей, което за мен е неадекватно решение. Този природен ресурс можеше да се използва и да се захванат различни плувни комплекси в столицата.

В градове като Будапеща минералните бани са основна туристическа атракция...

Точно така, баните "сечени" са първото нещо, което те съветват да видиш.

Преди време разговаряхме с Рем Колхаас, световноизвестния холандски архитект. Той ни каза така: настъпва революционна промяна в архитектурата. Вратата спира да бъде просто врата и прозорецът не е вече просто прозорец. Каква част от новите тенденции и технологии достигат вече у нас и се търсят от клиентите?

Да започнем от чистотата на въздуха в помещенията. За тази цел използваме иновативни системи, които опресняват външния въздух, изчистват го от всички полени и прахови частици. Допълнително може да се обогати с озонатор или система за йонизация. Предвид тези 7-8 часа от денонощието, в които почиваме, е изключително важно какъв въздух дишаме. Едва след като сложих тази система у дома, започнах да се наспивам наистина добре.

Друга важна иновация са вратите, които се отварят с отпечатък или с телефонно обаждане - малък, но приятен комфорт. Също фотоволтаични панели - би трябвало да са задължителни за всяка нова архитектура с цел намаляване разходите за електроенергия. Също слънцезащитен слой на стъклопакетите...

Колко по-ефективна в енергийно отношение е една сграда като последния ви проект "Диамант", сравнена с ваш строеж отпреди петнайсетина години, да речем?

Мисля, че разликите са радикални. спирането на UV-лъчението намалява разходите за климатизация осезаемо. Добавете новите поколения троен стъклопакет. Другата съществена разлика е, че вече залагаме много повече на естетика. Вярваме, че една нова сграда трябва не само да се вписва идеално в средата, но и да повишава естетиката, да буди гордост. Постепенно трябва да сменим облика на този град.

Бяхте основни партньори при визитата на Ричард Брансън у нас. Колко важно е бизнес лидерството, и как трябва да изглежда един бизнес лидер в България през XXI век? Предприемаческото мислене е нещо, което доскоро бе твърде дефицитно...

Ричард Брансън е много вдъхновяваща личност и мисля, че трябва да има повече такива лекции на известни световни лидери. За нас беше привилегия да бъдем негови партньори при визитата му в България. Неговото послание към хората бе да мислят новаторски, извън кутията, да избягват баналното, да вярват в успеха и да работят здраво. И зад най-добрата идея трябва да стоят много работа и постоянство, казва той. Но за мен най-съществена е именно тази иновативност, това въображение. Ако погледнем към нашата работа, точно въображението при проектирането

носи

най-много успех. Да създадеш нещо, което е обратно на общоприетото. Например гравирахме фасадата на сградата ни „Летера“ в квартал „Изток“ с букви от глаголицата, с послания - нещо, което никога не беше правено в София. Стана хит.

Активно работите и с вашата фондация, "България е нашият дом". Какво искате да постигнете с нея?

Да изпълня една моя мечта: да създадем пълнометражен филм за България на много високо ниво. Всяка сцена ще представя различна част на България и различна тема, така че да покажем по най-добрия начин страната пред света и така да привличаме повече туристи. И също да накараме онези българи, които са останали тук, да се гордеят с избора си, а онези, които са заминали - да се замислят за връщане.

Освен това фондацията цели да помогне за създаването на туристически материали на отделните общини, да развие атракцията с балони с горещ въздух в България и, разбира се, да използва приходите от всичко това за развитието на някои наши курорти и национални паркове, които са абсолютно занемарени. С изумление разбрахме, че седемте рилски езера дори нямат лого. А казанлъшката роза нямаше никакво представяне, дори един филм - всъщност единственият филм, който открихме за нея, е на френска телевизия от 60-те години. Важна цел на фондацията е и да осигури достъп за хора в неравностойно положение до тези български красоти.

THE INFLIGHT MAGAZINE

<https://www.bgonair.bg/media/spisanie/082018.pdf>