

# TAK ZMIENIA SIĘ LUKSUS

## *this is how luxury is transformed*

**CZY BOGACI POLACY OCZEKUJĄ OD MIESZKAŃ TEGO SAMEGO CO DEKADĘ TEMU? A CO OFERUJE IM DZISIAJ RYNEK? – PYTA PREZES MADE CONCEPT MICHAŁ BOROWSKI. ■ DO AFFLUENT POLES HAVE THE SAME EXPECTATIONS FROM APARTMENTS THEY DID TEN YEARS AGO? WHAT CAN THE MARKET OFFER THEM? – ASKS MICHAŁ BOROWSKI, CEO OF MADE CONCEPT.**

TEKST | BY JUSTYNA MISIUK



**Pańska spółka stworzyła raport „Rynek mieszkań luksusowych w Warszawie” pokazujący ruch w inwestycjach premium. Co mówią dane?**

Przede wszystkim dotyczą mieszkań, których cena za metr kwadratowy przekroczyła 16 tys. zł. W 2014 r. sprzedano ich 176, w zeszłym już mniej, bo zanotowaliśmy tylko 145 tego typu transakcji. Naszym zdaniem ten nieznaczny spadek sprzedaży był spowodowany niską po-

dażą czy brakiem odpowiednich apartamentów. Rok 2014 był zdecydowanie lepszy dla rynku pierwotnego. W 2015 r. lepszy dla sprzedaży mieszkań luksusowych okazał się zaś rynek wtórny.

**Funkcjonuje pan w branży luksusowych apartamentów już parę dobrych lat. Co zmienia się najbardziej?**

Głównie charakter popytu. Mamy masę mieszkań w wieżowcach w centrum. Jednak okazało się, że chociaż klienci poszu-

**Your company drew up *The Market of Luxury Apartments in Warsaw* report about premium apartment investments. What do the figures tell us?**

The report is mostly concerned with apartments selling for more than PLN 6,000 per sq. m. 176 such apartments were sold in 2014, but only 145 last year. In our opinion, the slight decline in sales was caused by low supply, i.e. a shortage of the right apartments. 2014 was definitely a better year for the primary market. In 2015, however, the secondary market recorded more transactions in the luxury apartment segment.

**You have been involved in the luxury apartment sector for a few years now. What has changed the most?**

Primarily, the nature of demand. There are lots of apartments in city-centre high-rises. However, while clients are looking for luxury apartments, they do not necessarily want to live in glass boxes. Apartments in old tenement buildings are gaining in popularity. Given the fact that there aren't many tenement buildings that meet the luxury residence standard, i.e. with parking spaces etc., these apartments have become sought-after rarities.

**Why is it hard to arrange luxury apartments in tenement buildings?**

Tenement buildings that meet the requirements of such investments are hard to find in Warsaw. If there is no option to build, e.g. a parking lot, or to arrange common areas in a desirable way, it will be impossible to convert the tenement into a luxurious residence. Another

kują luksusowych mieszkań, to nie zawsze chcą mieszkać w szklanych domach. Do łask wracają apartamenty w starych kamienicach. Z racji tego, że kamienic spełniających wymogi luksusowej rezydencji, czyli posiadających choćby parking, nie ma dużo, ten towar staje się ekskluzywny.

**Dlaczego trudno urządzać luksusowe apartamenty w kamienicach?**

W Warszawie trudno znaleźć kamienice, które spełniałyby wymogi takich inwestycji. Jeśli nie ma perspektyw na budowę wspomnianego parkingu czy odpowiedniego urządzenia części wspólnych, to zamiana takiej rezydencji na luksusową będzie niemożliwa. Dużym utrudnieniem jest także sytuacja prawna nieruchomości, w wielu przypadkach kwestia własności jest niejasna i to jest zbyt ryzykowne jak na wielomilionowe inwestycje.

**A jak ze standardem wykończenia, czy tu zauważamy jakieś nowe trendy?**

Jest jeden ważny. Ludzie, których stać na kupno luksusowego mieszkania, nie chcą już gotowych rozwiązań, niebiorących pod uwagę ich potrzeb i gustów. Nadal powinny się tam znajdować takie rzeczy jak: najwyższej jakości sprzęt kuchenny, drewno na podłogach czy kamień, wysokiej klasy armatura i ogrzewanie podłogowe w łazienkach. Nie można też zapomnieć o rozwiązaniach takich jak nowoczesne, inteligentne systemy zarządzania domowymi instalacjami i sprzętami, typu smart home. Ale klienci oczekują, że to wszystko będzie skonsultowane z nimi przed instalacją, oczekują, że z kupnem mieszkania kupują też usługi projektanta wnętrz. I finalnie ich apartament będzie „szyty na miarę”. Ważne jest również, aby ustalić to na etapie sprzedaży apartamentu, by ograniczyć ewentualne remonty.

**Czy coś zmienia się w podejściu do pakietu dodatkowych usług?**

Takie rzeczy jak basen czy fitness dzisiaj nikiem nie robią wrażenia. Pojawiają się nowości, jak stacje ładowania elektrycznych samochodów, które każdy deweloper luksusowych mieszkań powinien zaplanować. Wypadł też z obiegu termin „concierge”, który okazał się marketingowym chwytym, a w czasach zamawiania wszystkiego przez internet, nawet nie odgrywałby swojej roli. Nowinką są kwestie zarządzania nieruchomością, zarówno pod

kątem wspólnoty i jej regulaminu i usług profesjonalnego zarządcy. Ale z naszego raportu wynika, że obie te rzeczy są dzisiaj istotne. Regulamin powinien na korzyść ogółu lokatorów rozstrzygać kwestie najmu powierzchni, remontów czy przeznaczenia części wspólnych. Z kolei administrator nie może dopuścić, aby budynek pojawiał się w prasie plotkarskiej w postaci zdjęć z imprez organizowanych w ich budynku, czy wynajmować przestrzenie na eventy. Takie działania zarządcy są niedopuszczalne. Nieruchomość nie jest już luksusowa, bo w odczuciu nabywców staje się ogólnodostępna. Mieszkańcy mają wtedy poczucie, że rezydują w hotelu. ■ *Tekst powstał we współpracy z firmą Made Concept.*



**LUDZIE, KTÓRYCH STAĆ NA KUPNO LUKSUSOWEGO MIESZKANIA, NIE CHCĄ JUŻ GOTOWYCH ROZWIĄZAŃ, NIEBIORĄCYCH POD UWAGĘ ICH POTRZEB I GUSTÓW.**

**PEOPLE WHO CAN AFFORD TO BUY A LUXURY APARTMENT ARE NOT INTERESTED IN READY-MADE APARTMENTS THAT DO NOT TAKE THEIR NEEDS AND PREFERENCES INTO ACCOUNT.**

serious obstacle is the legal status of the property. In many cases, ownership is uncertain. This makes it too risky to commence investments worth millions.

**What about finishing standards? Are there any new trends?**

There is one significant trend. People who can afford to buy a luxury apartment are not interested in ready-made apartments that do not take their preferences into account. We still need to provide e.g. top-quality kitchen appliances, wooden

or stone floors, high-class fittings, and floor heating in bathrooms. Nor can we forget about such solutions as smart home management options. But clients expect to be consulted about all this. They expect to purchase the services of an interior designer when they purchase the apartment. The apartment will eventually be “made to measure”. It is also important to establish all these details when the purchase is effected, so as to reduce the extent of any remodelling later on.

**Has the approach to packaging additional services changed in any way?**

Facilities such as swimming pools and gyms don't impress anyone these days. Clients are more interested in novelties such as charging points for electric cars. Luxury apartment developers need to take this into account. Concierge service is no longer highly desired either. It used to be a selling point, but in this day and age of ordering everything online, there is no point in offering it. One novelty is property management, both as regards the tenants' association, its rules and regulations, and professional building administration. Our report revealed that both issues are important today. The rules and regulations should benefit the majority of the residents, and govern issues

such as space rental, renovations, and the uses to which common areas are put. The administrator cannot allow the building, or images of parties organised inside it, to appear in the gossip columns, or have any of it rented out for events. Such activities are inadmissible. No property will be considered luxurious if opened up to the public this way. And the residents may well feel that they are staying in a hotel.

*This article was written in collaboration with Made Concept. ■*