56986017-2	27/01/2017	ידיעות אחרונות - הנדל"ן	עמוד 56	1/3	25.7x31.32
וקבלנותשרון בן צבי - סמנכל מכירות בקבוצת לוינשטיי - 89427					

פנטהאוז לדוגמה בפרויקט "חלומות הוד השרון" של שיכון ובינוי נדל"ן. מעלים את הווילות לשמיים | צילום: רמי זרנגר

אחרון חביב

למעלה מ־1,500 פנטהאוזים מוצעים עכשיו למכירה, אבל למרות שהביקוש לדירות יוקרה בקומות גבוהות נמצא במגמת עלייה, לרוב הן נמכרות אחרונות. מה השתנה בפנטהאוזים של היום לעומת פעם, ואיך מושכים היזמים את משפרי הדיור מעלה־מעלה

>> עופר פטרסבורג

נוסחה פשוטה: בגלל מחירן הנמוך יחסית, הדירות הקטנות בכל פרויקט נמכרות לפני התחלת הבנייה, ולעיתים גם לפני קבלת היתר הבנייה, ואילו הפנטהאוזים והדירות המיוחדות נשארות לסוף השיווק. אלא שמאחר שהדירות הקטנות מיועדות לרוב לזוגות צעירים, והמדינה מעודדת בניית דירות במפרט קבוע ונמוך למחוסרי דיור בתוכניות כמו "מחיר למשתכן" למשל, נשארו הקבלנים עם מלאי גדול יותר של מיזמי פרימיום, במרכז או בפריפריה. בשנה האחרונה המיקוד בשיווק עובר לקומות האחרונות היוקרתיות, כשהוא מתרכז במשפרי דיור.

מאז ומתמיד, בית עם חצר וגינה היה משאת נפש עבור רבים, אך בשנים האחרונות נראה כי החלום הזה התחלף בחלום על פנטהאוז עם מרפסת. אנשים מעדיפים לגור על הגובה על פני בית צמוד קרקע, והמגמה רק הולכת וגוברת.

"ראשיתן של דירות הפנטהאוז בציירים שגילו את אופן המחיה המבודד ושטוף האור", מסבירה ליאת דניגן, סמנכ"לית שיווק ומכירות בחברת אפריקה ישראל מגורים. "עד מהרה הפכו דירות הפנטהאוז לנחלתם של עשירי העולם שאימצו סגנון חיים זה, וכיום הן מזוהות עם עושר, יוקרה ופאר. הדיירים נהנים ממרחב ופרטיות מאחר שזו הדירה הגבוהה ביותר בבניין, ואין מעליה שכנים".

לדברי אדריכל מור בללטי ממשרד בללטי אדריכלים מהרצליה פיתוח, הישראלי בעל האמצעים רואה בפנטהאוז או בדירת היוקרה מעין סמל סטטוס, "בדיוק כמו חליפת ארמני שהוא לובש או שעון הקרטייה שהוא עונד".

לרוב, רוכשי הפנטהאוז הם משפרי דיור בגילאי 45 ומעלה, שילדיהם בגרו ואף עזבו את הבית. ההורים כבר מיצו את חדוות הגינה עם הילדים והכלב, ומעדיפים לגור בבניין מטופח שבו הגנן אחראי לטיפול בצמחיית הנוי, ולא הם. הפנטהאוז מעניק תחושת ביטחון יחסית למגורים בבית על הקרקע, מכיוון שלעיתים הוא נמצא בבניין שבו מועסק שומר בכל שעות היממה. משפרי הדיור שקונים פנטהאוז בוחרים אותו לפי הגודל, ולא לפי מספר החדרים. חשוב להם שתהיה יציאה מהסלון למרפסת, והם שוברים קירות כדי להגדיל את החללים, ומאחדים מספר חדרים לחדר שינה גדול.

"מדובר באנשים עם ילדים מתבגרים שהצליחו לצבור הון, ומעוניינים לשדרג את איכות חייהם", אומר רוני כהן, מנכ"ל אלדר שיווק נדל"ן. "חשוב להם שהדירה תהיה גדולה ויוקרתית. חלקם מחפש דירה הכוללת שתי סוויטות הורים, אחת עבורם ואחת עבור ילד מתבגר, או לשימוש משרדי. על פלח השוק השני הרוכש דירות פרימיום נמנים מצמצמי דיור. במקרה הזה מדובר בבתי אב שילדיהם עזבו את הבית. הם מעוניינים בדירה חדשה קטנה יותר, שמצריכה פחות תחזוקה, אבל לא מוכנים לוותר על פסיליטיז ופרטיות".

בהשפעת המגדלים

העלייה בביקוש לפנטהאוזים היא גם פועל יוצא של טרנד המגדלים שכבש את ישראל, ודירות הפנטהאוז שנבנות היום שונות מאלו שנבנו לפני עשור ויותר. "לפני 10־15 שנה היינו רואים פנטהאוזים, שהדבר היחיד שהבדיל בינם לבין שאר הדירות בבניין, היה העובדה שהם היו ממוקמים

» המשך בעמוד 58

56986018-3	27/01/2017	ידיעות אחרונות - הנדל"ן	עמוד 58	2/3	25.87x30.65
89427					

הפנטהאוז בפרויקט "נוף בראשית" של החברות לוינשטיין, אגדים וקימה ברזילי ברובע יזרעאל בעפולה | צילום: עומרי ורוני

אחרון אחרון חביב

» המשך מעמוד 56

בקומה האחרונה והייתה להם מרפסת גדולה", מסבירה דורית סדן, סמנכ"ל שיווק של שיכון ובינוי נדל"ן. "נכון שהיו יוצאים מן הכלל, אבל בגדול כך נראה הנוף הטיפוסי של הפנטהאוזים. כיום אנו עדים למגמה שונה. הדירות שנמצאות בקומות האחרונות גדולות לאין שיעור ביחס למה שראינו אז. מדובר גם בשטח הפנים וגם בשטח החוץ. אנו מדברים על פנטהאוזים שרק שטח הפנים שלהם עולה על 165 מ"ר בממוצע. למעשה, אנו עדים למצב שבו אנשים שגרו בווילות ומעוניינים להשתדרג ולגור על גג העולם, בעצם 'מעלים את הווילות לשמיים".

רועי גפני, סמנכ"ל השיווק באפרידר, מספק הסבר נוסף לגודל החללים בדירות פנטהאוז. "בשל התחרות בשוק הנדל"ן בשנים האחרונות ורצון החברות לבדל עצמן מול המתחרים, החברות העלו את סטנדרט הבנייה בדירות הרגילות, ובכך יצרו מפרט מינימום גבוה", הוא מסביר. "כך נוצר אתגר ללקוחות שרוצים דירות פאר, ולכן רואים יותר ויותר פנטהאוזים הכוללים חללים גדולים מאוד לאירוח".

קפיצת מדרגה

כאשר מדברים על דירות יוקרה, קופצות לתודעה דירות פרימיום, בעיקר בתל־אביב, שנמכרות בעשרות מיליוני שקלים. אבל טרנד המגדלים לא פסח גם על הפריפריה ורוב דירות הפרימיום בישראל מוצעות למכירה במחירים של 4־7 מיליון שקל. השוק מציע היום למעלה מ־1,500 פנטהאוזים ודירות מיוחדות, והיזמים נאלצים להשקיע מאמצים בשיווקם. על אחת כמה וכמה – לאחר ששר האוצר משה כחלון קידם את החלת המס המיוחד לרוכשי דירה שלישית ומעלה. רוב רוכשי דירות היוקרה מחזיקים מספר דירות, והמחשבה על רכישת דירה נוספת מדירה שינה מעיניהם, בשל הצורך לשלם על כל אחת מהן אחוז משוויה, עד תקרה של 18 אלף שקל בשנה. במשך שנים, דירות לדוגמה שימשו כאמצעי שיווק חיוני לפרויקטים חדשים, והן עוצבו באחת הקומות הראשונות בבניין, במטרה להמחיש את רוב סוגי הדירות בפרויקט, כלומר דירות 4 חדרים ודירות 5 חדרים. אלא שבשנה האחרונה דירות לדוגמה בקומה הראשונה התגלו כמיותרות, והיזמים החלו לעצב דירות לדוגמה בקומות הגבוהות. "בשל מצוקת הדיור ולאור התקדמות אמצעי ההמחשה הטכנולוגיים, גילו חברות הבנייה כי אין להן צורך בדירה לדוגמה כאמצעי המחשה למכירת הדירות הרגילות, אלא לדירות המיוחדות", מסביר את התופעה החדשה ירון צוברי, סמנכ"ל השיווק בקרסו נדל"ן.

אדריכל גיל שנהב, ממשרד כנען שנהב אדריכלים, יו"ר הסניף הישראלי של המועצה העולמית לבנייה לגובה, מספר כי מדובר במגמה עולמית. "עם התפתחות עולם התכנון וקפיצת המדרגה שחלה גם בקרב הרוכשים שמבינים ומתמצאים בעולם התכנון, אנו מנסים להציג את הדירות לדוגמה בקרבת המוצר עצמו, באופן שימחישו ככל האפשר את יתרונותיו הייחודיים", הוא מסביר. "בפרויקט עם נוף, למשל, מיקום הדירה לדוגמה בקומה גבוהה ימחיש את יתרון הפרויקט והייחודיות שלו לעומת פרויקטים אחרים".

גל קסטל, מנהל השיווק של חברת ארזים (ג.י.א), מסכים עם הטענה כי הנוף מהווה מרכיב משמעותי שהמחשתו מסייעת במכירת הדירה. "ככל שעולים במספר הקומות, כך מחיר הדירה עולה, וככל שהדירות פונות יותר אל הנוף הפתוח, שלא לדבר על נוף לים, הרי שמחירן מרקיע שחקים", הוא אומר. "בשל מחירן הגבוה, דירות פנטהאוז יותר קשות למכירה, והן מחייבות את היזמים למערך שיווק ייחודי, שכולל, בין היתר, הכנת פנטהאוז לדוגמה. בדרך זו היזמים מנסים ליצור חוויה בלתי נשכחת עבור הרוכש הפוטנציאלי, שגם אם לא ירכוש לבסוף דירה בקומות הפרימיום, אולי כך ישתכנע לרכוש דירה אחרת בפרויקט, וזה לא פחות חשוב".

מרפסת עם נוף

בפרויקט מגדלי אביסרור בשדרות רגר בבאר־שבע, למשל, הפנטהאוז לדוגמה מתפרש על פני שטח של כ־200 מ"ר, וכולל שישה חדרים ומרפסת בשטח של 22 מ"ר. גובה התקרה בסלון מעל חמישה מטרים. בפרויקט נוף בראשית בשכונת רובע יזרעאל בעפולה, שמקימה קבוצת משולם לוינשטין בשיתוף עם חברת אגדים וקימה ברזילי, הפנטהאוז לדוגמה ממוקם בקומה התשיעית. שטחו 139 מ"ר, והמרפסת שלו משתרעת על פני 72 מ"ר. "מאחר שסיימנו את מכירת רוב הדירות הרגילות החלטנו להשקיע בפנטהאוז לדוגמה שימחיש לרוכשים את הפוטנציאל המלא שיש בדירה", מציינת שרון בן צבי, סמנכ"ל השיווק בחברת משולם לוינשטין.

דירת פנטהאוז לדוגמה בנתה אשדר בפרויקט היוקרתי טריו בחיפה, ובכוונתה למכור אותו בסכום של כשישה מיליון שקלים כשהוא מרוהט ומאובזר. הדירה, שמשתמשת כיום גם כמשרד מכירות, משתרעת על פני שטח של כ־250 מ"ר בקומה ה־21 של המגדל האמצעי מבין שלושה, כוללת חמישה חדרים ומצוידת במרפסת רחבה. "באותו פרויקט בנינו גם דירת 4 חדרים לדוגמה וגם פנטהאוז לדוגמה", אומרת רחלי ברזיל, סמנכ"לית השיווק של חברת אשדר. "הבחירה בדירה לדוגמה תלויה במלאי שיש לנו למכור ועד כמה אנחנו ממהרים למכור אותו. ברור שבפרויקט שהוא יותר 'עממי', לא נשקיע

» המשך בעמוד 60

ליאת דנינו, אפריקה ישראל מגורים: "דירות הפנטהאוז הפכו לנחלתם של עשירי העולם שאימצו סגנון חיים זה, וכיום הן מזוהות עם עושר, יוקרה ופאר. הדיירים נהנים ממרחב ופרטיות מאחר שזו הדירה הגבוהה ביותר בבניין, ואין מעליה שכנים"

56986019-4	27/01/2017	ידיעות אחרונות - הנדל"ן	עמוד 60	3/3	25.7x24.88
89427					

פנטהאוז עם בריכת שחייה פרטית בפרויקט בהרצליה במסגרת תמ"א 38/2 של קבוצת אלמוג. למטה: הדמיית פנטהאוז בפרויקט טריו חיפה של חברת אשדר

אחרון אחרון חביב

» המשך מעמוד 58

בפנטהאוז לדוגמה, אלא נבחר להציג דירה רגילה, כי זה עיקר המלאי שלנו למכירה".

חברת דיזנגוף סחר השקיעה בפרויקט המוקם על קו החוף של נתניה במספר דירות פרימיום לדוגמה, ביניהן דירות פנטהאוז, דירות דופלקס וכן דירות מחוברות. "הדירות לדוגמה נועדו להציג בפני הרוכשים הפוטנציאליים את רוח הפרויקט", מסבירה המעצבת מיטל סלומון שאחראית על עיצוב הדירות בפרויקט. "כדי להעניק ללקוחות את התחושה של מגורים וחוויית נופש בעת ובעונה אחת, הקפדתי על חללים גדולים ופתוחים ועל כך שמכל נקודה בבית אפשר יהיה לראות את הים".

כשחברת א. זיתוני הוציאה לשיווק 12 פנטהאוזים דו־מפלסיים בפרויקט ECO בשכונה הירוקה בכפר־סבא, הם החליטו להיעזר בפנטהאוז לדוגמה. "ידענו כי ייחודיותו של המוצר – פנטהאוז דו־מפלסי – מקשה על מכירתו, לכן החלטנו לעצב פנטהאוז אחד לדוגמה על מנת שנוכל להמחיש לרוכשים כיצד הדירה יכולה להיראות", מספר אבי זיתוני, הבעלים של החברה. "הדירה לדוגמה שיקפה לרוכשים מה אפשר לעשות עם החלל הגדול, אילו פינות מיוחדות יש בדירה בשונה מדירה רגילה ועוד. אנשים אוהבים לראות בעיניים, במיוחד כשמדובר בדירה מיוחדת, שיכולה לבטא את הפנטזיות שלהם. ואכן זו הייתה החלטה נכונה שכן בעזרת הפנטהאוז לדוגמה הצלחנו למכור את כל 12 הפנטהאוזים בתוך חודשיים".

לדברי גיל גורביץ', מנהל מכירות בחברת הנדל"ן "אזורים", ככל שהבנייה מתקדמת נחשף מלוא הפוטנציאל של הדירות המיוחדות – פנטהאוז, דירות גן ומיני פנטהאוז. "דירה לדוגמה בקומות הפרימיום היא כלי מעולה לחשוף פוטנציאל של דגם דירה שאינו קונבנציונלי",

אומר גורביץ'. "בפרויקט אזורים רחובות החדשה היה לנו דגם מיוחד עם ארבעה חדרים בקומות הגבוהות. רק שתיים מתוך 12 דירות מדגם זה נמכרו, בעוד שהדירות הרגילות נמכרו כמעט כולן. אבל מהרגע שבנינו את אחת מהדירות המיוחדות כדירה לדוגמה נמכרו שמונה דירות, ובנוסף גם הדירה לדוגמה עצמה נמכרה במחיר של 2.2 מיליון שקל בפרק זמן של חודשיים בלבד. אנשים הבינו את הערך של דירה כזו ואת התכונות המיוחדות שטמונות בה".

ניב רום, סמנכ"ל ייזום ושיווק קבוצת כנען, מסכם: "אם בעבר הפנטהאוזים היוקרתיים היו נחלתם של פרויקטים בתל־אביב ובמרכז בלבד, ניתן למצוא כיום פנטהאוזים כאלה כמעט בכל עיר שיש בה בנייה רוויה, ובפרויקטים של התחדשות עירונית הממוקמים במרכזי ערים. לרוב, דירות הפנטהאוז נמכרות אחרונות בפרויקט, כיוון שהקהל שלהן רוצה לראות בעיניים".

דורית סדן, שיכון ובינוי נדל"ן. "לפני 10־15 שנה הדבר היחיד שהבדיל בין הפנטהאוז לבין שאר הדירות בבניין היה הקומה האחרונה והמרפסת הגדולה. היום הדירות בקומות האחרונות גדולות לאין שיעור, גם בשטח הפנים וגם בשטח החוץ"