

25.74x12.55	2/2	עמוד 17	הארץ - סיקסטיז	23.06.2015	48436091-5
ושווק בצמח המרמן, דדי ריזל, אנגל שביט - יעוץ נדל"ן - 89427					



מחירים אטרקטיביים לבני 50 פלוס

מצמצמי הדיור הם אוכלוסייה מבוססת ומבוגרת יחסית, ששוק הנדל"ן אינו מתעלם ממנה, כאשר לאחרונה אנו עדים ליותר קמפיינים שיווקיים הפונים בדיוק לאוכלוסייה זו. כך לדוגמה, קלאב 50, מועדון הצרכנות המוביל בישראל לגילאי +50, אשר הקים מועדון נדל"ן חדש המציע לרכוש דירות במחירים אטרקטיביים, תוך ניצול הכוח הצרכני של המועדון.

הפרויקט הראשון המשווק לחברי המועדון הוא "אונו לופט". הפרויקט, המיועד למגורי סטודנטים, מוקם בלב קריית אונו, במקום בו שכנה בעבר מרכזייה של בזק, ונמצא במרחק קצר מהמכללה האקדמית אונו, מאוניברסיטת בר אילן ומבית החולים תל השומר. הפרויקט, שיאוכלס עד סוף שנת 2015, כולל 55 יחידות דיור בנות 1-2 חדרים, בשטח שבין 23 מ"ר ל-56 מ"ר. בנוסף, מוקמים בפרויקט בית קפה, חדר כביסה ומינימרקט.

מחירי הדירות ינועו החל מ-789 אלף שקל ועד ל-950 אלף שקל. בנוסף, יהיו זכאים חברי המועדון להטבת מימון ייחודית, במסגרתה יוכלו לשלם 50% מערך הדירה במעמד החתימה על ההסכם ואת ה-50% הנותרים לשלם בתוך 3 שנים מיום האכלוס. על פי ההערכות, דמי השכירות עבור הדירות בפרויקט ינועו בין 2,500 ל-3,000 שקל, כך שהתשואה המוערכת תגיע לכ-4%. הטבת המימון שתוענק לחברי המועדון עשויה להקפיץ את התשואה בשנים הראשונות עד לכ-7%.

את המועדון תנהל חברת אנגל שביט, המנהלת מספר מועדוני צרכנות בתחום הנדל"ן ועוסקת בצרכנות דיור חכמה וליווי רוכשי דירות. אור שביט, מנכ"ל מועדון הנדל"ן: "לא מדובר בקבוצות רכישה, אלא בהתאגדות צרכנית לרכישה חכמה של דירות. אנו נאתר לחברי המועדון פרויקטים המותאמים לרצונותיהם. באמצעות הכוח של הקבוצה נדאג להטבות משמעותיות הן במחיר הדירה והן בשירותים הנלווים, כדוגמת השירותים המשפטיים, רכישת ציוד לדירות וכדומה".

גם בשכונת קריניצי החדשה, הנבנית היום ברמת גן וכוללת צמודי קרקע לצד מגדלי יוקרה, באה לידי ביטוי מגמה זו. רן בן אברהם, סמנכ"ל הייזום והשיווק בחברת צמח המרמן, הבונה את הפרויקט יחד עם החברות אשדר ואזורים, מסביר כי המגמה הבולטת גם כאן היא רכישת דירות על ידי מצמצמי דיור, שגרים כרגע בבית פרטי וגדול שאינו מנוצל ומעדיפים לרכוש דירה יוקרתית שתענה בעתיד הקרוב על צרכיהם החדשים.

עזיבת הילדים את הבית והעובדה שההורים נשארו בבית גדול וריק, מהוות מסתבר את אחת הסיבות העיקריות למעבר לבנייני המגורים.

"אנחנו מזהים במשרדי המכירות הרבה מאוד מצמצמי דיור שמוכרים את הווילה הגדולה אחרי שהילדים עזבו את הבית", אומר חנן סגל, סמנכ"ל השיווק בחברת דיזנגוף סחר, המקימה את פרויקט LAGOON על קו הים בנתניה.

"האנשים האלה רוצים לצאת בבוקר לריצה על שפת הים או לשחות בכריכה הפרטית בבניין, לה-תקלח ולצאת לשתות קפה ולאכול קרואסון באחד מבתי הקפה מול הים באזור ולסיים את היום בטיול אל מול השקיעה".