



מנפצים את הסטיגמה

מסתננים, עובדים זרים, זונות ונרקומנים - כיצד משווקי הנדל"ן מתמודדים מול אתגרי השיווק בדרום תל אביב? התחדשות או שינוי תדמיתי? העתיד הוורוד של דרום תל אביב נמצא ממש מעבר לפינה | רונית מרום

אביב, ואם ישתנה אז רק לרעה. הרוכשים היו בעיקר משקיעים מקצוענים, כאלה עם חזון ואורך רוח של 10-20 שנים קדימה, או בני קהילת הלהט"ב שזיהו את הפוטנציאל של המקום הרבה לפני השאר. אבל השינוי מתחולל ובעשור האחרון התממשו תכניות שבעבר נראו כמו מדע בדיוני - דוגמת המכירה של מתחם התחנה המרכזית הישנה - פרויקט משנה מציאות, עוגן של התחדשות עירונית שסותף אחריו את כל הסביבה. פתאום דרום תל אביב אינו רק שם נרדף לעובדים זרים או מסתננים מאפריקה, אלא אט-אט הופך למתחם מתחדש, שמושקעים בו מיליארדי שקלים של כסף ציבורי, משקיעים מוסדיים ומשקיעים פרטיים. השינוי הזה נראה בשטח, עם עשרות פרויקטים שכבר בוצעו, עשרות פרויקטים היוצאים לפועל ועוד עשרות הנמ-

דירות המציע גם דירות גדולות ויוזמות עירוניות מהפכניות שעיקרן להקפיץ את הדרום. על ההבדל בין שיווק פרויקטים בדרום תל אביב למרכז וצפון העיר. מנהלי השיווק בחברות הנדל"ן מסבירים איך זה עובד.

Ewave Nadlan כמו מדע בדיוני

חברת Ewave Nadlan פעילה במרחב של דרום תל אביב כבר למעלה מעשור ומחזיקה בפורטפוליו נכסים מכובד המונה עשרות פרויקטים בהם היתה מעורבת. מנכ"ל חטיבת השיווק של Ewave Nadlan, אסף כהנר מסביר: "אנחנו רואים לאורך השנים את השתנות האתגרים בשיווק פרויקטים בדרום תל אביב. לפני עשור ציינו תקופה בה היה נראה שכלום לא ישתנה לטובה במרחב הזה של דרום תל



רונית מרום | צילום: יח"צ

שאפיינה את השוק, ליותר ויותר רוכשים לצר-כי מגורים. התהליך הוא איטי ומדוד, אבל נתפר לצרכי המשפחות העתידיות מבחינת התכנון לטווח ארוך, שכלול התחבורה, יצירת תמהיל

בשיווק דירות בדרום תל אביב מנהלי שיווק צריכים להתמודד ולעמוד באתגרים רבים. מול התשתיות שעדיין לוקות בחסר, האוכלוסייה החלשה, האוכלוסייה הזרה בדרום עובדים זרים, ושאריות הזונות והמסור ממים שעדיין משוטטים במקום - כל אלה מרתיעים רבים מלהתקרב למקום ולקבוע בו את מקום מושבם.

את קהל המשקיעים זה לא הרתיע. הם נכנסו לאזור, השקיעו וגם הצליחו להרוויח בגדול. האתגר של מנהלי שיווק בשכונות הדרומיות הוא להביא את האוכלוסייה שמעוניינת להתיישב במקום, ולא רק זו שמעוניינת לרכוש לצרכי השקעה. בשנים האחרונות אנו עדים לתהליך של שינוי באופי קהל הרוכשים בדרום תל אביב, ממעבר מרכישה לצרכי השקעה

הכל התחיל ולאן הגיעו. עתיד הדרום-מזרח של העיר אינו שונה מכך.

"רוכשים פוטנציאלים רבים טועים בעניין המרחק הפיזי בין אזור הדרום ל"סיטי" של תל אביב, מתחם הבורסה, ורמת החייל. בפועל תפקידנו כמשווקים הינו לתת אומדן מדויק למרחק שאיננו משמעותי כלל ועיקר ולהציג בפני המתעניינים את התוכניות התחבורתיות העתידיות שבעוד שנים ספורות יקצר משמעותית את המרחקים בין כל חלקי העיר."

DARA: הרכישות בדרום השתנו דרור אוהב ציון, מנכ"ל ובעלים של חברת דרא שיווק נדל"ן (DARA): "האתגר שלנו כמנהלי שיווק, בעיקר בשכונות הדרומיות, הוא להביא את האוכלוסייה שמעוניינת להתגורר במקום ולא רק לרכוש לצרכי השקעה. כדי שהשכונה או האזור יהפכו אטרקטיביים למגורים ושערך הנכסים בהם יעלה, אנו צריכים לגרום לאוכלוסייה חזקה כלכלית ומשכילה להתעניין במגורים. במצב כזה אנו מתכננים קונספט שלם למגורים בהסתכלות לרוחב ול-עומק של הדברים שיביא בחשבון את קהל היעד, תמהיל הדירות ויצירת סגנון חיים חדש בסביבה חדשה."

"במקרה של פרויקט AYA בשכונת נווה גולן של חברת צ.פ. אותו אנו מלווים, חשבנו קודם כל על קהל היעד שלנו. ראינו שמדובר בזוגות ויחידים שמעוניינים לגור בתל אביב ויצרנו תמהיל של דירות קטנות ובינוניות למגורים של 3-4 חדרים בגדלים של 80-100 מ"ר ולא דירות קטנות של 2 חדרים, המיועדות בעיקר למשקיעים. ככל שעובר הזמן, האזורים הללו יעברו תהליך של "התברגנות" ולאור זאת ידרשו יותר פסיליטיז - זוגות ויחידים גם צעירים וגם בוגרים יותר שרוצים את הקרבה לים, לציר הרכבת הקלה עם כל הנוחות". פרויקט AYA יצא לפועל ברחוב יפת 171. זהו פרויקט עיבו-בינוי למתחם שבו 72 יח"ד בשמונה כניסות, יצטרפו 39 דירות חדשות בתוספת של 2.5 קומות.

צברים: הביקושים נודדים לדרום

דניאל אצ'רקן, מנהל השיווק והמכירות בחברת צברים: "תל אביב היא אחת הערים היקרות בישראל אם לא היקרה שבה והביקוש שים עולים על ההיצע. בשנים האחרונות אנחנו רואים שהביקושים נודדים לדרום העיר בעיקר על ידי רוכשים צעירים ומשקיעים. מדובר באזורים בהם מחירי הדירות זולים יחסית והם עוברים תהליך של התחדשות אורבנית ושדרוג תשתיות. בפרויקט "יאפא" ברחוב טוכלסקי ביפו, 88 דירות מתוך 108 הדירות הנבנות, נרכשו על ידי צעירים וסטודנטים וכל אותם תהליכים שקרו בפלורנטינ, מתחם נוגה ואפילו בנווה שרת בצפון העיר שהייתה שכונה מוזנחת, מתרחשים עכשיו בדרום יפו."



פרויקט AYA, חברת צ.פ. | הדמיה: דני שמש

לדרום תל אביב אוכלוסייה איכותית שבעבר הייתה מחפשת דירה בקריית אונו, רמת גן, גבעת שמואל וגבעתיים. כעת הם מגיעים לשכונות כמו נווה עופר, שכונת הארגזים, כפר שלם, יד אליהו ושכונות נוספות בדרום מזרח העיר שעוברות חידוש ומתחיות פנים ומשנות לחלוטין את אופיין."

פייב סטארס: נותנים דוגמה מפלורנטינ ונווה צדק

יפעת גרתי-אלון, מנכ"לית פייב סטארס, אסטרטגיית שיווק פרוייקטים: "לרובעים הד-רומיים קיים פוטנציאל עצום. יחד עם זאת, השיווק בדרום תל אביב שונה מאוד מזה שב-מרכז וצפון העיר, הן מבחינת קהלי המטרה והן מבחינת ההתמודדות עם התנגדויות של רוכשים פוטנציאלים הנובעות בשל שלל מכ-שולים פיזיים הקיימים בשכונות הדרומיות. חזות השכונות הדרומיות מתאפיינת ברובה ברמת תשתיות נמוכה בהרבה וחלקה אף נגוע באוכלוסייה קשה ומאיימת דוגמת מסתננים, זנות וסמים המשווים לשכונה מראה של "עולם שלישי". אנו מתגברים על חלק מהכשלים באמצעות סיור שאנו עורכים לקונים הפוטנ-ציאלים בשכונות כמו פלורנטינ, שוק הפשפ-שים, נווה צדק - שם אנו מסבירים להם מאיפה

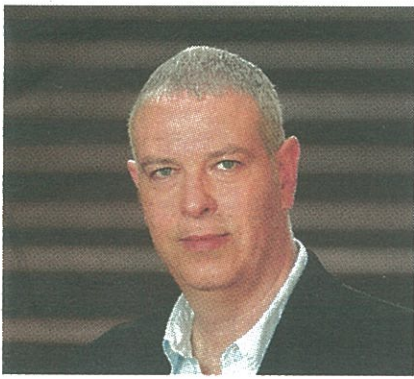
נה מסוימת בדרום העיר היו בעיקר משפרי דיור מתוך השכונה שרבים מהם משתייכים לאוכלוסייה מבוגרת יותר שמעוניינת למכור דירת 4 חדרים ולרכוש 5. בשנים האחרונות אנו רואים בדרום העיר מהפך עצום. הסיבה העיקרית לכך היא אישורה של תכנית המתאר החדשה של תל אביב תא 5000 לפני כשנתיים. עיקרי התכנית בהתייחס לדרום העיר שמים דגש על שיפור ניכר של התשתיות הציבוריות, החינוכיות והקהילתיות יחד עם שינוי אופי הבניה בשכונות הדרומיות לעבר בנייה חדשה ומודרנית ובעירוב שימושים. יישום תכנית המתאר בעצם מחדש את הדרום ומשנה את האופי האורבני שלו. על כן כיום השכונות בדרום תל אביב מהוות אלטרנטיבה לאנשים שרוצים לגור בתל אביב, הם אוהבים את הקצב וההווי שלה ומוכנים לעזוב את המרכז והצפון שנחשבו עד לשנים האחרונות "לב הביצה". זוהי אוכלוסייה צעירה ומשכילה יותר, מבוססת יותר מבחינה כלכלית שמסוגלת לשלם החזרי משכנתא במקביל לשכר הדירה הגבוה שהיו משלמים במרכז וצפון העיר. הקהל שמגיע לשכונות בדרום מתעניין כיום בעיקר במע-רכת החינוך, שואל על השירותים הקהילתיים ומצפה למפרט ותכנון ברמה גבוהה. גם שיפור התחבורה והוספת מסלולי אופניים, מביאים

צאים בשלבי תכנון."

"אם בעבר היינו צריכים לנהוג באסטרט-גיית PUSH, ממשיך כהנר, "שמטרתה ליצור ביקושים לאזור, הרי שכיום אנחנו בפירוש נמ-צאים באסטרטגיית PULL, שמטרתה לספק מענה מדויק לביקושים הקיימים לדרום תל אביב. במובן הזה דרום תל אביב הפכה להיות בירת המשקיעים של ישראל, החלק התוסס של תל אביב, מקום שמנקז אליו את תשומת הלב של אלו המעוניינים לבצע השקעה בתל אביב ואלו המעוניינים להתגורר במקום בעל אנרגיות של עיר ללא הפסקה. בהיבט הזה קיבלנו דחיפה משמעותית מקמפיין האירועים, שבראיה שלנו היה גם קמפיין השבחת הנדל"ן הגדול ביותר בתולדות תל אביב, שנתן חשיפה בקנה מידה בינלאומי לאנרגיות המיוחדות שפורצות מתל אביב כולה ודרום תל אביב בפרט."

שניר: הרוכשים מתעניינים במערכת החינוך

ניר שמול, מנכ"ל שניר והחברה לפיתוח והתחדשות עירונית: "אזור דרום תל אביב עבר שינוי מהותי בשנים האחרונות כי לפני 10 שנים מרבית הרוכשים היו תושבי הד-רום ולא היה ניתן לשכור את המעגל שסובב את השכונה. כלומר, מי שרכש דירה בשכור



רוני כהן | צילום: אוראל כהן



ניר שמול | צילום: יח"צ



אסף כהנר | צילום: יח"צ



אסף יוגב | צילום: אלעד ישראל



אודליה אוחיון | צילום: יח"צ



דניאל אצ'רקון | צילום: שרון היל



דרור אוהד ציון | צילום: יח"צ



אורית גבאי טיר | צילום: יח"צ

ייראה בעוד מספר שנים, אבל כשמבינים את הפוטנציאל הגלום בשכונות בדרום תל אביב שעוברות שדרוג בסיוע הרשות המקומית, אז יש נכונות להשקיע. כך למשל להקמת המחול בת שבע הודיעה כי היא עומדת להעתיק את פעילותה ולהקים ביוזמה משותפת עם עיריית תל אביב קמפוס אומנויות חדש בנווה שאנן. התכניות האלו מאפשרות כבר היום להבחין בשינוי תמהיל האוכלוסייה בשכונה ובקהלים חדשים המחפשים את המתחם החם הבא."

קבוצת יובלים: מעניקים ביטחון לרוכשים

טל גרסון, סמנכ"ל השיווק בקבוצת יובלים: "נכון להיום אחד האתגרים השיווקיים הגדולים שמתמודדים איתם יזמים בדרום תל אביב הוא העובדה שהאזור עדיין משופע בהרבה סוגים של קבוצות רכישה, שמבטיחות מחירים הרבה יותר נמוכים ממה שיכולים היזמים באזור להבטיח. עם זאת, מכיוון שקהל היעד הוא של רוכשים מבוססים יחסית, אנחנו רואים שהם מבינים את החשיבות של וודאות ויכולת התחייבות לטווח רחוק שקיימת רק אצל יזמים. המחירים בקבוצות הרכישה אולי יותר אטרקטיביים, אך היזמים יכולים להתחייב שהמחיר המוצג הוא המחיר הסופי, יכולים להתחייב לעמידה בלוחות זמנים, למפרט ולאיוכות, וכמובן לביטחון כלכלי בכל הקשור לערבויות. בתחום הנדל"ן, שיש בו הרבה אי וודאות, יש חשיבות רבה ליכולת להתחייב לכל אלה."

הכותבת: רונית מרום בעלת המשרד לאדריכלות ועיצוב פנים

"כיום האתגר הגדול שלנו הוא בעיקר מול שתי הקבוצות הראשונות, שכן לרוב האנשים קשה לדמיין מה יקרה בעוד 5-10 שנים לשכר נה. כולם ראו מה קרה בפלורנטין, איך השכונה הייתה לפני עשור ומה היא היום, ומאוד קשה להסביר לאנשים שאלה התהליכים שעוברים על יתר שכונות דרום תל אביב. כולם מבינים שהאזור הולך להשתנות, אבל עוד לא רואים מה יהיה השינוי. תושבי האזור, שקצת יותר רגישים לתהליכים שעוברים על השכונה ומאמינים בה, הם אלה שצריכים פחות הסברים. לרוכשים האחרים אנחנו מספקים הדמיות, דור גמאות של מקומות אחרים, כמה שיותר מידע לגבי מבני ציבור, שינוי כבישים, פארקים."

אלדר השקעות: מגמות התכנון הם שירימו את הדרום

אודליה אוחיון, סמנכ"לית השיווק באלדר השקעות מקבוצת אלדר: "אחד האתגרים בשיווק פרויקטים בדרום תל אביב הוא בהמחשת הפוטנציאל של המקום. המשקיעים מכירים את השכונות בדרום תל אביב, את המורכבויות שיש שם ולכן המאמץ שלנו בשיווק הוא בהמחשת הפוטנציאל העתידי שלהן. כחלק מכך אנו לא רק מפרסמים את הפרויקט עצמו והיתרונות שלו, אלא גם מנסים להעביר את המידע על התכניות העירוניות שצפויות להרים את השכונה. בנווה שאנן, למשל, אנחנו לא רק מספרים על הדירות, הגודל ואיכות הבנייה, אלא גם על התכנית העירונית ליצירת תמריצים למעבר סטודנטים לשכונה. אין ספק שלרוכשים מסוימים קשה להסתכל על המצב כיום ולדמיין איך

אביב, הממוקם על פארק מנחם בגין. "ברגע שהנגשנו מידע וצמצמנו את פערי הידע בין מה שרואים בשטח והתדמית שהשתרשה, לתכניות וההשקעות המתוכננות של עיריית תל אביב אם מבחינת התשתיות, המתקנים הציבוריים והחריגים נוכיים העתידים לקום בכל האזור - החששות התפוגגו. לראייה, בשבוע הראשון בשיווק הפרויקט, נמכרו כ-100 דירות. היום אנחנו כבר עם 3 בניינים ו-200 דירות מאוכלסות ועוד 4 בניינים בהקמה עם 200 דירות מכורות, ובעתיד נתחדש עם המתחם הצפוני עם עוד 1,600 יחידות. "קהל היעד של הפרויקט הוא בחלקו משקייעים אשר הבינו את הפוטנציאל של האזור, עם זאת חלקו הארי הוא קהל תל אביב, משפחות צעירות שרוצות להמשיך לגור בתל אביב ולהקים משפחה בעיר במחירים נגישים יותר ובמיקום הכולל שטחים פתוחים ומרחבים ירוקים משולבים בטבע ומים לצד קירבה לצירי תנועה מרכזיים (נתיבי איילון, כביש 4 וציר משה דיין)".

קבוצת גבאי: נשענים על הצלחות של שכונות אחרות

אורית גבאי-טיר, סמנכ"לית השיווק בקבוצת גבאי: "קהל היעד של פרויקטים בדרום תל אביב מגוון ומשתנה ככל שהפרויקטים והשכונות עצמן משתנות. בכפר שלם יש ארבע קבוצות רוכשים מרכזיות: תושבים מחוץ לתל אביב שרוצים לגור בעיר ולא יכולים להרשות לעצמם, זוגות צעירים שגרים בשכירות בתל אביב ורוצים להישאר בה, וכן מצמצמי דיוור ומשפרי דיוור שגרים בכפר שלם ורוצים לעבור לדירה קטנה יותר מבית הקרקע, או לחלופין, לעבור לדירה גדולה וחדשה."

אלדר שיווק: אלטרנטיבה הולמת גם למשפחות

רוני כהן, מנכ"ל אלקר שיווק: "המחירים שהאמירו בצפון ומרכז תל אביב יצרו לדרום העיר הזדמנות שזוהתה כבר לפני מספר שנים. בעקבות זאת עלו המחירים בשכונות דרומיות גדולות כמו כפר שלם וקריית השלום. בתחילה עיקר הרוכשים היו צעירים, רווקים ומשקיעים, שקנו דירות 2-3 חדרים. כיום, יותר ויותר אזורים בדרום תל אביב הופכים ללגיטימיים למגורים ולא רק להשקעה, וחל גידול בחלקן של המשפחות בקרב רוכשי הדירות. בעוד ששכונות כמו פלורנטין ונווה שאנן מתאפיינות בדירות קטנות - הרי שבפרויקטים שנבנים באזור פארק דרום, קרית שלום וכפר שלם יש כמות גדולה יותר של דירות גדולות המתאימות למשפחות. אחת השכונות בדרום תל אביב עם הפוטנציאל הכי גדול כיום היא נווה שאנן. האזור צפוי לקבל תנופה רצינית בזכות המגה פרויקט של לוינשטיין ושיכון ובינוי בתחנה המרכזית, ולדעתי האזור הולך להוות את המרכז החדש של תל אביב."

אלעד ישראל מגורים: עובדים על שינוי תדמית

אסף יוגב, מנהל השיווק של חברת אלעד ישראל מגורים מקבוצת תשובה, מסביר על הלך הרוח בשיווק פרויקט הענק 'פארק תל