

Газеты пестрят рекламой недвижимости, спекулянты неустанно скупают и перепродают участки, обещая покупателям – новоиспеченному среднему классу – райские уголки на берегу океана на крайне выгодных условиях. Все это Флорида 1920-х годов. Казалось бы, много воды утекло с тех пор, но опыт США ценен и в наши дни. Убедитесь в этом сами, прочитав статью Елены Чирковой.

**Елена Чиркова**

**«Как распознать пузырь на рынке недвижимости. Уроки для современного инвестора»**

Во второй половине XIX века Флорида была сельскохозяйственным штатом без развитой инфраструктуры, да и сельское хозяйство было не слишком развито, поскольку вывезти продукцию было невозможно. Туристам предлагали девственную рыбалку и охоту. Отдыхающие добирались до курортных городков Флориды с многочисленными пересадками. Отели там были никакими, дорогих частных резиденций тоже не было. Телеграфная связь с Нью-Йорком отсутствовала, оттуда не доходили и газеты.

В 1888 году американский предприниматель Генри Флаглер, разбогатевший на нефти вместе с Джоном Рокфеллером, построил в городке Сент-Августин Ponce de Leon – первый шикарный отель в испанском стиле на 540 мест, оборудованный по последнему слову техники: с электрическим освещением во всех комнатах. На территории имелись казино, бассейн с сульфатными водами, поле для гольфа и теннисные корты. Флаглер полностью перестроил и допотопную железную дорогу до Сент-Августина: заменил полотно, заказал новые шикарно декорированные пультмановские вагоны и организовал специальный прямой поезд из Нью-Йорка, достигавший города всего за 30 часов.

Подобным образом улучшая железнодорожное сообщение и строя шикарные отели, девелопер продвигался дальше на юг страны. В 1895 году он завершает строительство грандиозного отеля Royal Poinciana в Палм-Бич на 1750 комнат с обеденным залом на 1600 персон и одним официантом на каждый столик. Номер стоит \$100 (это более \$2 тыс. в сегодняшнем выражении). В 1895 году Флаглер строит The Breakers – еще один роскошный отель в Палм-Бич, годом позже задумывает Royal Palm – отель в Майами. Предприниматель инвестировал в экономику Флориды около \$50 млн, или \$1 млрд в нынешних ценах. Он сделал штат курортом для богатых, который вполне успешно соперничал с французской Ривьерой. Уже перед Первой мировой войной в Палм-Бич можно было увидеть скопление шикарных яхт, а война только укрепила позиции Флориды, так как ездить на отдых в Европу стало невозможно.

Самые известные из девелоперов второй волны – Джон Коллинз и Карл Фишер, которые действовали в Майами – развернулись не на шутку. В Бискайенском заливе, отделяющим от материка полуостров, на котором расположен Майами-Бич, были сделаны лагуны, построены искусственные острова, с побережья привезли песок. Земля была нарезана на участки и продавалась под девелопмент. Дело происходило в 1912-1913 годах, и Фишер обещал, что к 1914 году в каждом доме будет электрическое освещение и телефонная связь, а к 1916 году – централизованный водопровод и канализация. Он также собирался устроить гольф-поля, рыбалку, затеял ежегодную регату. Фишер предложил строительство хайвея из Майами в Индианаполис, ратовал за углубление прохода из Атлантического океана в Бискайенский залив и так далее. Сначала дела шли неважно, в войну проекты даже пришлось заморозить, но строительство возобновилось уже в 1918 году. Фишер добавил к инфраструктуре Майами-Бич поле для поло. К 1920 году «процесс пошел» – место стало пользоваться популярностью.

В это время возникли и новые города и поселки: Бока-Ратон, который собирались строить как элитный поселок в испанском стиле для ультрабогатых, в котором должны были быть не дома, а «палаццо». Фейс-контроль был жестким: только «лучшие люди» и предпочтительно протестанты могли подавать заявки на приобретение там недвижимости. Второй проект был назван Корал-Гейблс («коралловые фронтоны», и они действительно были кораллового цвета) – это пригород Майами, совершенно новое поселение с клубами, каналами, торговыми центрами, фонтанами, площадями, собственным университетом, свободно разгуливающими фламинго. Предполагались выделенные бизнес-зоны, районы для рабочих, состоятельных и богатых. Чтобы не расстроить гармонию дизайна, на территории Корал-Гейблс запрещалось самостоятельное строительство. Рыночную стоимость недвижимости в Корал-Гейблс после реализации всего проекта оценивали в \$75 млн. Планировалось централизованно построить 1 тыс. домов в персидском, южноафриканском, французском, итальянском, китайском, испанском и других стилях, для чего со всей страны были собраны 12 лучших архитекторов. До конца бума успели сдать около 100 домов. Они продавались по \$20-100 тыс. За \$1 млн была построена въездная группа в город, за столько же – «Колизей» на 7,2 тыс. мест. Проект назвали «Венецией Америки». Чтобы оправдать название, по каналам запустили курсировать гондолы с гондольерами, и уверяли, что импортировали настоящие венецианские. Каналы делались не для красоты. Это увеличивало долю недвижимости с видом «на воду».

Названия проектов звучали либо по-испански (Пасадена, Санта-Моника, Буэна-Виста, Рио-Виста), либо по-итальянски (Неаполь, Венеция, Индрио), или это были универсальные средиземноморские названия, такие как Ривьера. В некоторых случаях прилагался и девиз: Индрио – «новый и самый красивый Голливуд во Флориде», «золотые ворота юга», Орландо – «прекрасный город», Санкт-Петербург – «солнечный город», Форт Лаудердейл – «тропическая волшебная страна», а Майами-Бич – «волшебный город». Рядом с каждым успешным проектом был «проект-паразит», в нем продавались «почти такие же» лоты, но по более низким ценам.

Строительный бум расходился волнообразно. Он начался в 1923 году в Майами, в 1924 году перекинулся на Тампу, а в 1925-м достиг Джексонвиля. Пик спекуляций пришелся на 1924–1925 годы, и его эпицентром стал Майами-Бич – курорт для среднего класса, более демократичный, нежели Палм-Бич или Бока-Ратон. В 1923 году один только Фишер продал там участков на \$3 млн, в 1924 году – на \$8 млн, в 1925 году – на \$12 млн.

К 1925 году в Майами-Бич было построено 56 отелей на 4 тыс. номеров, 178 многоквартирных домов, 306 торговых и офисных зданий, восемь казино, три школы, четыре поля для поло, три кинотеатра, две церкви и 858 частных домов. Считается, что всего в эти проекты было инвестировано около \$1 млрд в тогдашних ценах. Только в январе 1926 года объем сделок с недвижимостью составил \$2 млрд. Продавалось все: от участков под застройку коммерческой и жилой недвижимостью и готовых объектов – домов, офисов, гостиниц, торговых центров – до больших участков земли площадью 5-10 акров под «фермы» (они маркировались как «независимость» на пяти акрах соснового или пальмового леса – так тогда называли флоридские джунгли), каучуковые плантации, банановые рощи и цитрусовые ранчо. К концу бума начали продвигать и «индустриальные» возможности, например, активно рекламировали «текстильный город» к западу от Дайтоны, который призван был стать местом грандиозной фабрики «дайтонской одежды».

Большинство проектов продавались на стадии проектной документации, как сказали бы сейчас. Один исследователь флоридского бума съезвил: «В проекте участки выглядели

лучше. Покупателю передавалось видение девелопера. А он видел прелесные извилистые бульвары, бухты для яхт, парки, засаженные кокосовыми пальмами, гибискус в цвету. Продавец мог показать, какое место будет оживленным, и предлагал выбрать там двойной участок для открытия бизнеса, или же предлагал тихое место у воды для зимнего дома. Обходились без того, чтобы посмотреть на участок. Зачастую это и бессмысленно, так как участки продавались на стадии «до девелопмента». Бульвары еще нужно разбить, бухту – углубить, а поднятую со дна грязь использовать для подъема уровня участков, которые пока были под водой. Когда они будут отсыпаны, размечены, вот тогда-то собственник и сможет на них посмотреть». Иногда даже местонахождения участка указывалось приблизительно. Например, проект Wyldewood Park между городами Майами и Дания рекламировался как проект, построенный вокруг двухмиллионного бенгальского фикуса. Как девелопер определил цену дерева, осталось загадкой».

Флоридскому буму способствовали не только усилия девелоперов, но и макроэкономическая ситуация в стране. До 1920-х годов работали, как правило, без отпуска. Рабочие существовали на зарплаты, которых едва хватало на еду и одежду. Ничего другого они не покупали. Но все поменяла Первая мировая война, которая придала ускорение американской экономике: занятость была практически полной, зарплаты резко возросли. США – единственная страна в мире, которая выиграла от войны и в 1920-е годы стала самой быстроразвивающейся экономикой в мире. К 1920-м годам в стране резко вырос автомобильный парк. Если в 1900 году там было зарегистрировано всего 8 тыс. автомобилей, то в 1912 году – 944 тыс., в 1917 году – уже 5,1 млн, а к 1925 году парк составил 20 млн (при населении 120 млн человек!). Ford действительно был массово доступным. Параллельно по всей стране идет строительство дорог, в том числе хайвея Дикси, связавшего Индианаполис и Майами.

Большинство населения уже живет в городах. В стране появляется средний класс – это люди, которые имеют сбережения, могут позволить себе отдохнуть на курорте и берут отпуск. Американцы начинают ездить в отпуск на машине. Большинство, конечно же, никогда не позволит себе поездку в Европу или в отели Флаглера, но могут прокатиться на собственном «форде» до Майами. Это новое явление. Раньше такие поездки никому бы и в голову не пришли – дороги были плохими, автомобиля не существовало, а Юг рассматривался как место, где шла Гражданская война.

Состоятельных рабочих стали называть «денежным пролетариатом». Те, кто двинулся во Флориду на своих автомобилях, напоминают туристов с рюкзаками из советского прошлого. Они ночуют в машинах или под открытым небом, а питаются привезенными с собою консервами, за что их прозвали «консервными туристами». Когда они съезжались во Флориду в пик сезона, пробки растягивались на многие километры. Зимой 1925 года во Флориде открылось 178 кемпингов, способных принять 6 тыс. туристов. Помимо «денежного пролетариата» появляется и много относительно богатых людей – брокеров, спекулянтов акциями, рекламщиков, специалистов по продажам и менеджеров в крупных корпорациях... Эти люди уже могли позволить себе не только каникулы, но, возможно, и небольшой дом на курорте. В пик сезона 1924/1925 года в город приходит 50-75 пульманов в день.

Чтобы завлечь покупателей, в Майами выписывали оркестры и танцевальные группы, которые выступали на улицах, зазывали бейсбольные команды. Приезжали знаменитости. Например, зимой 1925/1926 года в Майами дал концерт великий русский бас Федор Шаляпин. Город наводнили и уважаемые финансовые комментаторы, которые талдычили, что этот бум не закончится. Звезд привлекали и к рекламе проектов. Многие знаменитости купили недвижимость.

Один из девелоперов, некто Джозеф Янг, догадался предоставлять бесплатные автобусы желающим увидеть участки в глубине штата. В 1921 году он купил большой участок земли с сосновыми деревьями в удалении от Майами, но на берегу океана, и назвал новое поселение Голливудом-на-Море. Обустроил канализацию, провел освещение, заложил улицы, углубил бухту, построил завод по очистке, затем разделил участки под застройку на лоты и выставил их на продажу. Распродав их в 1923 году как горячие пирожки, Янг осознал, что цены растут и растут, и упущены огромные потенциальные прибыли. Это сподвигло его на вторую очередь поселения, однако прилегающая местность была болотистой. Для осушения болот он использовал девять дренажных машин, 300 грузовиков и семь экскаваторов. А для завлечения клиентов – автобусы. Сначала он привозил клиентов из Майами, это в 17 милях, а в конце концов у него был регулярный график движения автобусов к его богато декорированному офису в Голливуде-на-Море из Нью-Йорка, Чикаго и других городов. Он задействовал от 30 до 50 автобусов и круизную яхту стоимостью в \$200 тыс., которую использовал для завлечения крупных инвесторов.

В штате повсюду была реклама недвижимости. Вот как описывает происходившее местный журналист: «Один владелец участка так рекламирует свои лоты: «Мы дарим новый Ford или его эквивалент деньгами каждый понедельник и ежедневно – другие ценные подарки в течение всей распродажи. И мы развлекаем приехавших на аукцион, при помощи любых развлечений, которые мы только можем предоставить». Точное значение последней фразы – это загадка, но она взывает к тем, кто читает между строк. «Помните, – кричит другая фирма, – помните, мы подарим седан тому, у кого окажется счастливый номер!» «Аукцион! Аукцион! Аукцион! – ревет другая. – Прелестные и полезные сувениры и призы». «Приезжайте прокатиться на наших автобусах и выиграть приз!» – убеждает третья. «Награда в тысячу долларов» будет выдана каждому, кто предъявит заявку на покупку. Возможность из возможностей купить участок роскошного сада и плодородной земли в Южной Флориде.

Фирмы по торговле недвижимостью проводили рекламируемые заранее аукционы, выставляли на продажу лоты, и когда присутствовавшие с большой неохотой соглашались платить не больше \$6-7 за лот, использовали подставных лиц, которые выставляли фальшивые заявки, чтобы вздернуть цену или снять участок с продажи.

Каждый день проводилось пять или шесть аукционов, большое количество непривлекательных лотов предлагалось вялым потенциальным покупателям со Среднего Запада, которые приезжали в большей степени за халявой и поездкой на автомобиле, нежели из-за недвижимости, и было неизбежно, что некоторые лоты уйдут только по \$1 и \$0,75, если не прибегать ни к каким махинациям.

Некоторые дилеры разрешали своим клиентам покупать землю на условиях, которые привлекли бы даже Льва Троцкого. Лоты ценой в \$400 на одном участке можно было получить за \$20 наличными и \$10 в месяц без процентных и налоговых платежей в течение года. На другом участке лоты стоимостью \$1250 продавались за \$100 предоплаты и \$25 в месяц, пока не выплачивалось 20%, после этого можно было получить отсрочку выплаты основной суммы долга на семь лет.

Собственно бум начался с того момента, когда во Флориду съехались дельцы в сфере недвижимости со всей страны. По оценкам, в пик бума во Флориде в 2 тыс. риелторских контор работало 25 тыс. агентов по недвижимости. Как писала одна газета, «к июлю 1925 года приезд новых агентов превратился в рутину. Они сходили с поезда и искали кого-

нибудь, кто знал, где выход с вокзала. Их первым вопросом обычно было «это Майами?», вторым – «где я могу снять офис?», третьим – «почем?».

«Консервные» туристы заходили в офисы риелтеров, чтобы «просто посмотреть», но там им рассказывали, как легко купить участок – предоплата всего 20% (к концу бума во многих проектах она упала до 10% и даже 5%)! Покупатель получал квитанцию о внесении аванса, дающую право на покупку участка, но не являющуюся обязательством его купить. Далее следовали байки о том, как на перепродаже участков простые кондукторы становились богачами. Предлагали купить несколько лотов – часть можно потом продать по более высоким ценам, и тогда оставшаяся часть достанется бесплатно. Вносить следующий платеж не придется – ведь к этому времени участок будет перепродан.

Действительно, оформление документов занимало 30 дней. За этот срок участок мог сменить владельца несколько раз. Во Флориде появились спекулянты авансовыми квитанциями на покупку участка или – по-сути – местами в очереди. Они активничали в Майами с марта по август 1925 года. Случаи, когда лот менял собственника аж восемь раз еще до закрытия сделки, были отнюдь не единичными. Однако спекуляция квитанциями была ограничена тем, что каждому последующему покупателю нужно было вносить все возрастающий процент стоимости. Эффективной мерой против спекулянтов квитанциями стало сокращение к ноябрю 1925 года срока оформления документов с 30 дней до десяти. В результате большинство спекулянтов уезжало, разорившись, в пустых товарных вагонах поездов, идущих на север.

Участки в большинстве проектов вокруг Майами, за исключением самых дорогих – в Корал-Гейбл и Бока-Ратон, на пике бума продавались в первый же день продаж. Да и в Бока-Ратон тоже были «блиц-криги»: в день открытия продаж одного из проектов покупатели скупили недвижимость стоимостью \$2,2 млн. В другом, весьма удаленном, проекте за два дня были полностью распроданы участки общей стоимостью \$2 млн. В проекте Davis Islands лоты общей стоимостью около \$18 млн были распроданы за 31 час. Люди стояли в очереди по 40 часов, чтобы приобрести самые интересные лоты. Как потом оказалось, этот проект был чуть ли не единственным во всей Флориде, в котором девелопер выполнил все обещанное на бумаге и достроил все объекты до конца.

Флоридские девелоперы заказали рекламные объявления, художественные памфлеты, книги – все, что можно было придумать, – чтобы поднять интерес публики. Повсюду, в прессе и на улицах, была реклама недвижимости, ею пестрели даже газеты северных штатов. Флориду называли Американской ривьерой, «зимней игровой площадкой нации», Американским зимним раем, восхваляли природные богатства штата. Флоридский феномен, разумеется, подавался не как сумасшествие, а как отражение ускоренного развития штата. Утверждалось, что Флорида – это мотор всей американской экономики: американская экономика переориентируется от сотрудничества с Западной Европой на Латинскую Америку, а Флорида станет «воротами». Полагали, что казино Флориды уведут бизнес у Монте-Карло. Многочисленные буклеты говорили о том, что Флорида – это земля солнца, где капиталы, созданные в эру «республиканского процветания», можно инвестировать с комфортом навсегда. Названия «Майами» и «Корал-Гейблс» стали ассоциироваться у северян «с купающимися девушками с обнаженными ногами, теплыми январскими деньками и еще более теплыми спекулятивными возможностями».

Считалось, что население Флориды будет только расти, равно как и население Майами. Приводились самые разные оценки, вплоть до экстремальных. Согласно самой распространенной, число жителей Майами достигнет 1 млн человек менее чем через 10

лет, и город станет самым крупным на юге США. Один журналист съездив по этому поводу: «Если так продолжать, то в 1950 году оно достигнет 5 млн, а в 1980-м здесь будут околачиваться все жители Северной Америки, стремясь протиснуться в город».

В книге «Правда о Флориде», вышедшей в декабре 1925 года, автор писал: «Я верю, что так называемый флоридский бум будет длиться вечно, в штате, который предлагает так много многим классам людей, торможение невозможно. То, что происходит во Флориде, – не бум. Штат попросту делает за несколько лет то, что он должен был бы сделать за десятилетия. Он строит свое будущее. Он меняет стандартные подходы к девелопменту. Он приближает будущее и делает его настоящим». Красиво, правда?

Тем, кто не мог приехать, предлагали покупать недвижимость заочно, просто послав чек. В одном таком объявлении промоутер говорил: «...Не пишите мне. У меня нет времени ответить. Я ознакомил вас с фактами и предлагаю последнюю возможность стать богатым. Просто пришлите чек...».

Во Флориду стекались деньги со всей страны, что не устраивало нью-йоркских банкиров. Разразилась настоящая пропагандисткая война между Севером и Югом. Флоридский бум всячески поддерживался местными банками, которые охотно кредитовали девелоперские проекты, для чего привлекали средства инвесторов под 8% годовых – примерно вдвое выше, чем можно было получить в Нью-Йорке. Национальная кредитная ассоциация обратила внимание на риски завышенных флоридских процентных ставок, а флоридские банки в ответ выступили за смену главы ассоциации. Нью-Йоркское бюро за лучший бизнес пришло к выводам, что заявления флоридских девелоперов – это злопыхательская и ложная пропаганда. Когда же фондовый рынок в феврале-марте 1926 года вдруг упал, нью-йоркцы получили симметричный ответ флоридской ассоциации девелоперов, которая заявила: «Разве для публики не лучше инвестировать в респектабельную недвижимость, чем в колеблющиеся и спорные ценные бумаги?»

Сеть газет издательства Scripps-Howard в сентябре 1925 года напечатала серию статей, в которых с уверенностью констатировала, что бум во Флориде закончился, прибыли, которые можно было получить, уже получены, спекулянты квитациями разъехались, а Санта-Клаус мертв. В ответ на это глава ассоциации флоридских девелоперов потребовал от губернатора штата созвать собрание, чтобы встретиться с владельцами этих газет и посмотреть, что можно сделать, чтобы была опубликована «правда». В сентябре дружный звон голосов против Флориды зазвучал еще громче. «Флорида – это сумасшедший дом», – гласил заголовок статьи газеты в Южной Каролине. «Для того, чтобы сделать деньги во Флориде, вы опоздали на два месяца», – уверяла газета в Кентукки. «Во Флориде нехватка еды, и тысячи людей без крова над головой. Там дефицит всего», – писала еще одна северная газета. Когда в сезон 1925-1926 года, которого так ждали спекулянты, туристов во Флориду приехало мало, местные промоутеры обвинили в этом «северную пропаганду».

Ценовым пиком флоридского бума считается май 1925 года, а рекордной сделкой – продажа участков к северу от городка Буэно-Виста по ценам от \$6,5 млн до \$30,6 млн за акр, что во много раз превышает пиковые цены на нашей Рублевке с учетом обесценения доллара. Если говорить о средних цифрах периода бума, то участок без выхода к морю стоил в среднем от \$8 тыс. до \$20 тыс., на береговой линии или рядом с хайвеем – от \$20 тыс. до \$75 тыс.

Флоридский бум стал годами бурного развития и процветания. С 1923 по 1926 год объемы строительства возрасли в пять раз. Бум строительства вызывал острую нехватку

стройматериалов местного производства. Приходилось везти их из других частей США. Железная дорога перестала справляться с потоком грузов – в основном строительных материалов, самым узким местом была разгрузка. Пассажирские перевозки Florida East Coast Road с 1919 по 1925 год возросли примерно втрое, а грузов – в пять раз. В августе 1925 года дорога перестала принимать к отправке грузы, кроме топлива, продовольствия и скота, в октябре эмбарго не касалось только продовольствия. В результате грузы застопоривались на границах штата, и к зиме под Джексонвилем скопилось 7 тыс. вагонов.

Попытались переключиться на доставку парходами, но не тут-то было. Порт Майами и так увеличил оборот с 200 тыс. тонн в 1922 году до 1,1 млн тонн в 1925 году. Вскоре после начала эмбарго вся небольшая гавань Майами и узкий подходящий канал были заблокированы судами, которые простаивали на входе по 10-20 дней. К разгрузке пришлось подключать местных заключенных. В сентябре парходные линии тоже ввели ограничения на перевозку строительных материалов и мебели.

В городе возникли перебои, в том числе с некоторыми продовольственными товарами. Самым дефицитным стал пищевой лед, и его нормировали. Как говорится, нам бы их проблемы. Возник дефицит молока, потому что в штат не могли завезти ни корм для коров, ни бутылки. На железнодорожной станции и в порту царил самый настоящий бардак. Грузы было невозможно найти. Чтобы очистить складские территории, местные власти угрожали конфискацией тем, кто не забирал отправления вовремя, а флоридские газеты стали публиковать длинные списки прибывших грузов.

Эмбарго сильно увеличило затраты на строительство и способствовало охлаждению инвестиционного бума. Вдруг произошло чудо: на север было отправлено 109 пустных вагонов, а обратно вернулось только 92. К февралю ситуация практически нормализовалась, и ограничения оставили только в отношении строительных материалов, а с апреля и они в основном были сняты.

Вдруг – как в сказке про Золушку – все резко поменялось. Богатые опять поехали отдыхать в Европу, продажи в Бока-Ратон встали, завсегдаи Палм-Бич заявили, что в этом году они – на Ривьере. От Флориды сначала отвернулись состоятельные американцы.

Первые признаки падения цен наметились в августе в Майами-Бич. Некий продавец вдруг обнаружил, что один объект недвижимости со стартовой ценой в \$7 тыс. в ходе перепродаж на стадии авансового платежа дошел до \$50 тыс. Однако «конечный покупатель» отказался от сделки, равно как и предпоследний и предпредпоследний, и объект вернулся к одному из промежуточных покупателей, который приобрел его за \$25 тыс.

Замедление стало очевидным осенью 1925 года, но этому тогда не придали особого значения – все надеялись на зимний сезон 1925-1926 года и ждали наплыва туристов. Сначала казалось, что сезон начался как обычно. Майами был теперь знаменитым курортом. По-прежнему приезжали звезды, давали концерты. Одна девелоперская компания даже отрапортовала, что продажи в первые шесть недель 1926 года превысили показатели за аналогичный период прошлого года. Правда, общую статистику о количестве сделок с недвижимостью больше не печатали, чтобы люди не начали сравнивать. Когда выяснилось, что зимние месяцы не принесли оживления, стали рассчитывать, что продажи рванут в марте, как это было в 1925 году.

Но туристов было все меньше и меньше. Часть квартир зимой пустовала. Закончился рост арендных ставок. Активность в Майами еще теплилась зимой-весной 1926 года, но те, кто купил участки стоимостью \$20 тыс. и рассчитывал их перепродать за \$30 тыс., вдруг осознали, что им предлагают \$18 тыс., а то и \$15 тыс. Приходилось соглашаться, поскольку средств на второй платеж не было. В марте 1926 года обвалился фондовый рынок, и стало понятно, что нью-йоркский капитал этой весной во Флориду не придет и цены не восстановятся. Последние туристы уехали после закрытия сезона традиционными скачками. «Неместные» газеты заговорили о конце флоридского бума, что еще больше подтолкнуло цены вниз. К сентябрю 1926 года цены в Майами упали примерно на треть от пикового уровня, но сделки на рынке пока еще шли. В других городах Флориды события развивались по подобному сценарию, но с отставанием.

Однако строительный бум пока продолжался. В 1926 году было построено объектов в полтора раза больше, чем в пиковом по продажам 1925-м. В основном это было инфраструктурное строительство. Была закончена новая железная дорога, углублена бухта, при помощи спонсоров строился университет Майами. Продолжалось возведение Корал-Гейблс. Самым крупным частным проектом 1926 года стала прокладка и застройка Бискайенского бульвара в восточной части Майами. Частично строительство инфраструктуры финансировал город, привлекая средства через выпуск облигаций. Местные власти продолжали проводить размещения бумаг. В конечном итоге многие муниципалитеты объявили себя банкротами и по облигациям не рассчитались.

Строительные работы были свернуты только после урагана, накрывшего побережье в сентябре 1926 года. Удар пришелся на самую застроенную и густонаселенную часть побережья – между Палм-Бич и Майами. Деревья были вырваны с корнями, дома разрушены, 392 человека погибли, 6281 были ранены. В Майами 2 тыс. домов было полностью разрушено и еще 3 тыс. пострадало, в Форте Лаудердел – 1,2 тыс. и 1 тыс. домов, соответственно, «схлопнулся» один отель. Это была одна из крупнейших природных катастроф за всю историю США. Таких сильных ураганов не было с 1910 года, и новые владельцы недвижимости попросту не подозревали о подобных рисках. В 1928-м пришел еще один ураган, а в 1929 году случился крах на фондовой бирже, что окончательно подорвало перспективы ближайшего восстановления. Вслед за коллапсом недвижимости последовал отток депозитов из банков. Поскольку владельцы недвижимости перестали обслуживать и залладные, то последовала волна банкротств банков.

Почему бум во Флориде все же состоялся и почему американцы предпочли Флориду Калифорнии в качестве курортного направления? Во-первых, во Флориде можно было найти большие свободные участки под застройку, в том числе расположенные вдоль береговой линии. Цены были относительно низкими по сравнению с ценой земли в развитых регионах. Вторая причина – это развитие инфраструктуры, в первую очередь транспортной. Немаловажно и то, что флоридские власти, чтобы привлечь туристов и покупателей недвижимости, предложили прекрасные финансовые стимулы в виде нулевых налогов – на наследство, местного подоходного и с продаж. Туристы могли отдать своих детей в прекрасные школы, которые стоили всего \$0,5 в неделю. Пляжи Флориды были великолепны. Привлекали и буйная тропическая растительность и климат – зимой светит солнце и можно купаться.

К коллапсу подтолкнуло изменение налоговых условий. В июне 1925 года флоридскими спекулянтами заинтересовалась, наконец, федеральная налоговая служба и послала в штат 20 инспекторов. В условиях продажи недвижимости с большой рассрочкой большая часть прибыли была бумажной, на реальные деньги могло приходиться примерно 20% выручки.



Однако уже в августе государство потребовало, чтобы в качестве выручки признавалась вся продажная цена, а не внесенная предоплата, и чтобы как минимум 50% налога на бумажную прибыль от такой сделки было уплачено живыми деньгами. Многие бумажные миллионеры обнаружили, что им трудно собрать настоящие деньги для погашения налогов на прибыль, приостановили активность или вообще уехали, а остальные платили из своих сбережений. Девелоперы и спекулянты больше не могли продавать недвижимость на суперльготных условиях рассрочки. Это усилило ограничение на дальнейший рост цен.

Современники бума верили, что восстановление неизбежно. Они оказались правы. В долгосрочной перспективе вложения во флоридскую недвижимость оказались неплохими. Участок, купленный на пике, в 1925 году, за \$60 тыс., в 1973 году стоил около \$1 млн, что составляет номинальный рост примерно в 16 раз, а реальном выражении – в 13 раз, или почти на 5,5% в год.

Пузырь, несомненно, имел место. Это выражается и в количестве газетных полос с рекламой недвижимости, и в активности спекулянтов квитанциями, и во многократном обороте квитанций, и в быстром росте цен на пустом месте. Но пузырем можно, наверное, назвать лишь события нескольких последних месяцев. Сделки по высоким ценам заключались, но в основном были развернуты в обратную сторону, то есть фактический рост цен оказался меньше номинального. Я не была во Флориде, потому что мне никогда не хотелось туда поехать. Но после того как я написала свою книгу «Анатомия финансового пузыря», где я расследую флоридский бум, меня потянуло съездить в это место и посмотреть своими глазами: ведь все эти отели Флаглера, виллы в мавританском стиле, дома в стиле ар деко сохранились до сих пор. К тому же недвижимость сейчас там резко падает в цене и уже упала гораздо больше, чем в других районах США. Может быть, у нас есть шансы?