

## Глава 12. Под жарким солнцем Флориды

Флэглера, рассказом о котором мы завершили главу 9, уставший от нефтяных дел, в 1878 году подался во Флориду. Она вошла в состав США в 1819 году, когда под разными предложениями была безвозмездно передана испанским королем американцам. Для Испании полуостров интереса не представлял и ценился не выше пустыни Сахары. Сначала испанский подарок казался столь же бесперспективным, как и Луизиана с Калифорнией. (Насколько умнее оказалась российская корона, все же потребовавшая за Аляску деньги!) К слову, в 1820-е годы во Флориде «засветился» Грегор Макгрегор, уже тогда пытавшийся продавать землю, которая ему не принадлежала.

Во времена Флэглера Флорида была провинциальным сельскохозяйственным штатом без развитой инфраструктуры: бум строительства железных дорог туда не дошел, «автомобильных» дорог толком не существовало. Да и сельское хозяйство было не слишком развито, поскольку вывезти производимую продукцию было невозможно. Штат предлагал туристам девственную рыбалку и охоту. В северной части имелось несколько курортных местечек с сульфатными источниками, не слишком посещаемых – отель Putnam в курортном городишке Палатка, имевший 40 комнат, считался «королем отелей». Отдыхающие добирались до курортных городков Флориды с многочисленными пересадками: поездом до Атланты, затем на пароходе или поезде до Джексонвилля и наконец повозками до конкретного места. Можно было сесть на пароход и в Нью-Йорке. Три четверти территории, а именно средняя и южная части, туристы практически не посещали, поскольку, чтобы добраться туда и оттуда с севера штата, надо было потратить несколько дней. Но Флэглера место понравилось, он приезжает еще и еще – в 1879 и 1880 годах.

В те годы центром курортной жизни Флориды был городок Сент-Августин, куда съезжались в основном инвалиды. По меркам Флэглера, отели там были «никакими», дорогих частных резиденций тоже не было. Добираться до Сент-Августина было тяжело, жить негде, телеграфная связь с Нью-Йорком отсутствовала, нью-йоркские газеты не доходили. Одним словом, это было не то место, в которое будут ездить люди его круга, тусовавшиеся тогда в Ньюпорте, что на Атлантическом побережье США, между Бостоном и Нью-Йорком<sup>1</sup>. Флэглера счел, что городу не помешает хороший отель и надежная железная дорога. В 1884 году он начал, а через четыре года закончил строительство шикарного отеля в испанском стиле Ponce de Lion – на 540 мест, оборудованного по последнему слову техники: с

---

<sup>1</sup> Я одно время жила в Бостоне и бывала в Ньюпорте. Это очень красивый город, в котором сохранились особняки, можно даже сказать, дворцы Вандербильта и других американских «олигархов» второй половины XIX века, ныне превращенные в музеи и открытые для публики. Нью-Порт находится примерно на одной широте с Сочи, но купаться там даже летом нельзя – море холодное из-за холодного течения.

электрическим освещением во всех комнатах. На территории отеля были построены казино, бассейн с сульфатными водами, поле для гольфа и теннисные корты. Флэглер выкупил и полностью перестроил допотопную железную дорогу до Сент-Августина, он заменил полотно, заказал новые шикарно декорированные пульмановские вагоны и организовал специальный прямой поезд из Нью-Йорка, время в пути которого составляло всего 30 часов<sup>2</sup>. Поезд был запущен как раз к открытию отеля.

Подобным образом, улучшая железнодорожное сообщение и строя шикарные отели, Флэглер продвигался дальше на юг страны. В 1893 году он начинает строительство грандиозного отеля Royal Pointciana в Палм-Бич и укладывается меньше чем в два года. В отеле 1750 комнат, обеденный зал на 1600 персон и один официант на каждый столик. Номер стоит 100 долларов (это более 2000 в сегодняшнем выражении<sup>3</sup>). Отель открыт с декабря по апрель (сезон во Флориде зимой), но даже при таком режиме прибылен. В 1895 году Флэглер строит The Breakers – еще один роскошный отель в Палм-Бич. Годом позже он задумывает Royal Palm – отель в Майами. Центром притяжения богатых туристов становится все же Палм-Бич, а не Майами.

Кеннет Робертс (Kenneth Roberts), флоридский журналист, который во время бума писал в местные газеты, а спустя год после его окончания издал свои едкие заметки отдельной книгой «Охота за солнцем», иронизирует о новом богатом курорте: «Палм-Бич – это узкая вытянутая полоска земли, отделенная от материка длинным узким озером Ворс и неожиданным ростом стоимости жизни... В Западном Палм-Бич тот же климат, что и в самом Палм-Бич, но воздух места другой. В Палм-Бич человек чувствует, что он дышит тем же воздухом, что и ведущие банкиры и публичные фигуры, а в Западном Палм-Бич никто не знает или не думает о том, каким воздухом он дышит. Вот почему многие находят климат Палм-Бич оздоравливающим и всегда чувствуют, что климат Западного Палм-Бич делает их какими-то слабыми и уставшими... Повсюду запах денег. Даже бриз наполнен характерным душистым мускусным запахом, и кажется, что любой, кого можно встретить на улице, как раз собирается потратить кучу денег или только что закончил их тратить... На пляже регулярно спорят о том... хватит или нет стоимости всех бриллиантовых браслетов Палм-Бич, чтобы установить экономический контроль над Россией» [Roberts 1926, p. 12, 14, 15].

«Ни один из крупных отелей Палм-Бич не сдает комнаты без пансиона. За еду платить обязательно. Минимальная цена – 35 долларов на двоих, а это стоимость хорошего номера в Нью-Йорке, Чикаго или Бостоне. Но если кто-то в Палм-Бич хочет выглядеть умным, то он

---

<sup>2</sup> Расстояние от Нью-Йорка до Сент-Августина не больше, чем из Москвы до Сочи, а в Сочи поезд и сейчас идет 36 часов!

<sup>3</sup> В этой и последующей главах я часто буду приводить количественные данные в долларах 1920-х годов. Для того чтобы почувствовать, сколько это в сегодняшнем выражении, можно применить упрощенный прием – умножать все цифры на 20.

не должен обедать или ужинать в отеле, где еда уже включена в цену. Делать так очень неприлично: очень по-деревенски и грубо, одним словом – неумно. Вот почему завсегдатаи Палм-Бич находят, что там трудно прожить меньше чем на сотню в день в пик сезона» [*Там же*, с. 37–38]. «Люди в Палм-Бич всегда рады расстаться с деньгами, если они тратят на что-то интересное и умное» [*Там же*, с. 49].

Параллельно со строительством отелей Флэглера тянет вдоль западного побережья железную дорогу. Туристический сезон (пока) короткий – два зимних месяца, поэтому он решает задействовать дороги и для перевозки коммерческих грузов; в обратном направлении можно было перевозить флоридские фрукты – лимоны и апельсины; он задумывается и об импорте через Флориду продукции из Карибских стран, в частности кубинских сигар<sup>4</sup>.

По приблизительным оценкам, Флэглера инвестировал в экономику Флориды до 50 млн долларов. Помимо строительства отелей и железных дорог, он способствовал развитию коммунального хозяйства штата и созданию банковского сектора. И самое главное – он сделал Флориду курортом для богатых, который вполне успешно соперничал с Нью-Йорком и французской Ривьерой. Перед Первой мировой войной в Палм-Бич можно было увидеть скопление шикарных яхт. Во времена Флэглера, который дожил до 1913 года, экономика штата бурно развивалась. На подъеме были строительство, сельское хозяйство, транспорт и конечно же туристический бизнес.

Постепенно во Флориду стали прибывать другие промоутеры недвижимости. В основном они затевали либо сельскохозяйственные проекты, такие как, например, выращивание авокадо, либо занимались недвижимостью. Первая мировая война только укрепила позиции Флориды, так как ездить на отдых в Европу стало невозможно.

Самые известные из девелоперов новой волны – Джон Коллинз и Карл Фишер. Оба действовали в Майами и Майами-Бич. Коллинз приехал туда в 1896 году. Изначально он собирался выращивать кокосы в Майами-Бич. Майами-Бич – это узкая и длинная полоска земли, строго говоря – полуостров, отделенный от континента, где находится Майами, Бискайенским заливом. Затея Коллинза провалилась из-за ураганов и плохого управления. Но место ему понравилось, и Коллинз возобновил свои попытки развить эту землю десять лет спустя. Он нашел себе партнера, совместно с которым купил участок земли, чтобы выращивать фрукты, но мнения компаньонов не совпали: Коллинз считал, что выгоднее выращивать авокадо, тогда как партнер предлагал заняться грейпфрутами. На этом их пути разошлись, в деле остался один Коллинз, который снова попробовал счастья с авокадо и бананами. И на этот раз не вышло. Москиты, крокодилы, змеи, крысы, болота, непроходимые заросли – все это не способствовало сельскохозяйственному бизнесу.

---

<sup>4</sup> Во время «сухого закона» Флорида стала центром контрабанды алкоголя, особенно рома.

Возможно, недвижимость пойдет лучше? Коллинз начал с канала, который должен был пройти поперек полуострова, но когда строительство канала уже шло вовсю, оказалось, что понадобится и мост, а деньги Коллинза подошли к концу. Дело закончилось бы банкротством, но Коллинз совершенно случайно знакомится с Фишером – тот приехал во Флориду на рыбалку и однажды оказался во владениях Коллинза.

Фишер, который не первый раз был в Майами, тоже задумывался о том, чтобы реализовать здесь какой-нибудь проект, например еще одну железную дорогу – от побережья до побережья, и уже начал спекулировать земельными участками. Он вошел в проект Коллинза деньгами, в результате и мост, и канал были достроены. Партнеры развернулись не на шутку, но в этот раз по части недвижимости и инфраструктуры. В Бискайенском заливе были сделаны лагуны, построены искусственные острова, с побережья привезли песок. Земля была нарезана на участки и продавалась уже под девелопмент, а не как селхозугодья. 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-му – 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 т. д. 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 1920-е годы Майами-Бич вошел в моду, а Палм-Бич, где тусовались стареющие люди круга Флэглера, постепенно утрачивал популярность. Однако Палм-Бич тоже активно развивался, возникли и новые города: Бока-Ратон (по-испански его название означает «рот крысы»), который собирались строить как элитный поселок в испанском стиле для ультрабогатых, этакий конкурент Палм-Бич, 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 долларов. Планировалось централизованно построить 1000 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 во французской, итальянской, венецианской, южноафриканской и китайской «деревнях». Они продавались по 20–100 тыс. долларов. За миллион долларов была построена въездная группа в город, за столько же – «Колизей» на 7200 мест, однако акустика и общая планировка оказались плохими, и в течение долгого времени он не использовался по назначению [Ballinger 1936, p. 108].

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»<sup>5</sup>. Один из современников флоридского бума, Кеннет Баллинггер (Kenneth Ballinger), автор вышедшей в 1936 году книги «Миллионы Майами», документировавшей проходившее, иронизирует на тему участков с видом на воду, правда не в Корал-Гейблс, а в другом прибрежном городе – Форде Лаудердейл: «Примечательны были лаудердельские острова... которые вели к океану из центра Форта Лаудердейл. Как и в случае большинства участков на море, реклама говорила о том, что участки находятся “у воды”. “Вода” же получалась путем прокладывания каналов, и тогда береговые власти не могли арестовать тебя за рекламу “собственности на воде” в ничего не подозревающих о ее существовании городах страны» [Там же, p. 43].

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», Орlando – «Прекрасный город», Санкт-Петербург – «Солнечный город», Форт Лаудердейл – «Тропическая волшебная страна», а Майами-Бич – «Волшебный город» [Sakolski 1932, p. 339]. Рядом с каждым успешным проектом был «проект-паразит», в нем продавались «почти такие же» лоты, но по более низким ценам [Vanderblue 1927a, p. 123–124].

Строительный бум расходился волнообразно. Он начался в 1923 году в Майами, в 1924-м перекинулся на Тампу, а в 1925 году достиг Джексонвиля [Vanderblue 1927b, p. 255]. 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 долларов, в 1924 году – на 8 млн, в 1925 году – на 12 млн долларов.

---

<sup>5</sup> Подобным приемом пользуются девелоперы во всем мире. Так, например, в девелоперских проектах в Дубае в непосредственной близости от береговой линии залива продаются квартиры с «Sea view» и «Waterfront view». Из окон последних, без вида на море, открывается вид на узенькие каналы, которыми изрыта территория.

К 1925 году в Майами-Бич было построено 56 отелей на 4000 номеров, 178 многоквартирных домов, 306 торговых и офисных зданий, 8 казино, 3 школы, 4 поля для поло, 3 кинотеатра, 2 церкви и 858 частных домов [Sobel 2000, p. 289]. Считается, что всего в эти проекты было инвестировано около миллиарда долларов в тогдашних ценах [Там же, p. 290]. В основном это были деньги с Уолл-стрит, из Восточных штатов и со Среднего Запада. Только в январе 1926 года объем сделок с недвижимостью составил 2 млрд долларов. 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 маркетировались как «независимость» на пяти акрах<sup>6</sup> 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, далеко от дороги, который призван был стать местом грандиозной фабрики, производящей «дайтонскую одежду» [Vanderblue, 1927a, p. 124].

Большинство проектов продавались на стадии проектной документации, как сказали бы сейчас. Как съездив один из ученых того времени, автор книги об истории бумов недвижимости в США Аарон Сакольски (Aaron Sakolski): «В проекте участки выглядели лучше. Покупателю передавалось видение девелопера. А он видел прелесные извилистые бульвары, марины 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. Как насчет того, чтобы посмотреть на участок, – обходились без этого. Зачастую это и бессмысленно, так как участки продавались на стадии “до девелопмента”. Бульвары еще нужно разбить, марину – углубить, а поднятую со дна грязь использовать для подъема уровня участков, которые в настоящее время были под водой. Когда они будут отсыпаны, размечены, вот тогда-то собственник и сможет посмотреть на свой участок» [Sakolski 1932, p. 337]. Иногда даже местонахождения участка указывалось приблизительно. Например, проект Wyldeewood Park между городами Майами и Дания рекламировался как проект, построенный вокруг двухмиллионного бенгальского фикуса. Как девелопер определил цену дерева, осталось загадкой [Ballinger 1936, p. 46].

Флоридскому буму способствовали не только усилия девелоперов, но и макроэкономическая ситуация в стране. До 1920-х годов работали, как правило, без отпуска, а поездки были в основном связаны с поисками работы. Фабричные рабочие существовали

---

<sup>6</sup> Акр – это около 40 соток.

на зарплаты, которых едва хватало на еду и одежду. Ничего другого они бы не покупали. Потребительского кредитования еще не существовало, да оно и не было нужно, так как не приобретались товары длительного пользования. Некоторые брали ипотеку, на гораздо более короткий срок, чем сейчас. Целью жизни было выплатить стоимость дома полностью как можно скорее. Ни о каких тратах на отпуск речь не шла.

Но все поменяла война. Так же, как и Вторая, Первая мировая придала ускорение американской экономике. Занятость была практически полной, зарплаты резко возросли. США – единственная страна в мире, которая выиграла от войны. В 1920-е годы это самая быстроразвивающаяся экономика в мире<sup>7</sup>. 20-е годы XX столетия впоследствии назовут американской эрой процветания, или периодом процветания Кулриджа<sup>8</sup>.

К 1920-м годам в стране резко вырос автомобильный парк. Если в 1900 году в США было зарегистрировано всего 8 тыс. автомобилей, то в 1912-м – 944 тыс. (а произведено за один только год – 356 тыс.), в 1917 году в стране насчитывалось уже 5,1 млн авто, а производство легковушек достигло 1,7 млн штук<sup>9</sup>. К 1925 году – пику Флоридского бума – производство выросло до 3,6 млн легковых автомашин в год, а парк составил 20 млн (при населении 120 млн человек!) [Sobel 2000, p. 271]. Форд действительно был массово доступным. Сам Генри Форд на своем заводе еще в 1914 году увеличил зарплату рабочих с 2,34 доллара в день (за 8-часовую смену) до 5 долларов, что составляло в год примерно 1250 долларов. А автомобиль знаменитой модели Т стоил 360 долларов, что позволяло простому рабочему у Форда менять машину каждый год [Faber 2008, с. 292]. «В 1926 году автомобиль имел один из десяти американцев, в Великобритании – один из 42, во Франции – один из 44, в Германии – один из 196, в Италии – один из 325, в Советском Союзе – один из 7 тысяч, в Китае – один из 29 тысяч» [Касни 2008, с. 70].

Параллельно по всей стране идет строительство дорог, а что касается Флориды, то к 1925 году заканчивается строительство хайвея Дикси, связавшего Индианаполис и Майами, – проект Фишера.

Большинство населения уже живет в городах. Все больше людей имеют сбережения, инвестируют в облигации, покупают дома на условиях ипотеки. Начинает возникать потребительская культура. 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 позволят себе поездку в Европу или в отели Флэглера, но могут прокатиться на собственном «форде» до Майами.

---

<sup>7</sup> Подробнее об этом – в следующей главе.

<sup>8</sup> Президент США в 1924–1928 годах.

<sup>9</sup> Как мог заметить читатель, это больше, чем в России производится сейчас!

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. К тому же человек, который брал больше одного дня отпуска в пять лет, считался распущенным и опасным... Сегодня Америка болеет тоской по дому где-то еще, которой она заразилась от англичан и французов. Флорида очищена от болот и индейцев, небольшой автомобиль доступен портовым грузчикам, кухаркам, фабричным рабочим и умеренно успешным литераторам, а брюки для гольфа можно носить даже в городах на западе, не рискуя быть убитым. Автомобилисты заполнили дороги, если они не очень хороши, то все шины в глине. А на бизнесмена, который не отдыхает два-три месяца в году, с жалостью смотрят как на отставшего от жизни, слабоумного или просто бедного», – пишет Кеннет Робертс [*Roberts* 1926, p. 5–7]. Он, конечно, утрирует, но ему есть что утрировать.

Состоятельных рабочих стали называть «денежным пролетариатом». Это конечно же не та прослойка, что отдыхает в отелях, построенных Флэглером. Те, кто двинулся во Флориду на своих автомобилях, скорее напоминают туристов с рюкзаками из советского прошлого. Они ночуют в машинах или под открытым небом, а питаются привезенными с собою консервами. В Америке даже появляется специальный термин – «консервные туристы» (*can tourists*). Когда они съезжались во Флориду в пик сезона, Хайвей Дикси был забит машинами и пробки растягивались на многие километры. Зимой 1925 года во Флориде открылись 178 кемпингов, способных принять 6 тыс. туристов [*Касни* 2008, с. 71].

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 [*Ballinger* 1936, p. 56].

Чтобы завлечь покупателей, в Майами выписали оркестры и танцевальные группы, которые выступали на улицах, зазывали бейсбольные команды. Приезжали знаменитости. Город наводнили и уважаемые финансовые комментаторы, которые талдычили, что этот бум не закончится. Звезд привлекали и рекламе проектов. Так, один знаменитый бейсболист спонсировал проект под названием *Pennant Park* [*Vanderblue* 1927a, p. 124]. Это напоминает Париж времен Лоу. Многие состоятельные люди не только приезжали, но и действительно купили недвижимость. К сожалению, не все имена будут знакомы современному российскому читателю, но все же я их назову. Это Уильям Брайан – кандидат в президенты США, Роджер Бабсон – известный экономист и финансовый аналитик (его имя носит *Babson College* в Массачусетсе), торговец Джи Си Пенни (кто был в США, наверняка заходил в магазины *J.C. Penney* – он основатель этой сети), Коулман Дюпон (совладелец корпорации *DuPont*), Джесси Ливермор (известный спекулянт акциями, о нем написаны «Воспоминания



биржевого брокера» Эрварда Лефевра) [Sakolski 1932, p. 335]. Зимой 1925/1926 года в Майами дал концерт великий русский бас Федор Шаляпин.

Один из девелоперов, некто Джозеф Янг, догадался предоставлять бесплатные автобусы желающим увидеть участки в глубине штата. Дело было так. 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. С помощью инвесторов обустроил канализацию, провел освещение, заложил улицы, углубил бухту, построил завод по очистке воды – словом, создал инфраструктуру; затем разделил участки под застройку на лоты и выставил их на продажу. Лоты уходили как горячие пирожки. Распродав все, а это случилось в 1923 году, 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 9 дренажных машин, 300 грузовиков и 7 экскаваторов. А для завлечения клиентов – автобусы. «Целый флот автобусов начал привозить клиентов со всего Запада и Среднего Запада. Янг, возможно, был первым флоридским девелопером, который активно использовал автобус. Сначала он привозил клиентов из Майами, это в 17 милях. Затем он понял, что может привлечь пассажиров и из других частей Флориды, 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 удаленных городов. Он задействовал от 30 до 50 автобусов... Он добавил круизную яхту, которая ему обошлась в 200 тыс. долларов, и использовал ее для того, чтобы привозить крупных инвесторов в более комфортабельных условиях» [Ballinger 1936, p. 41–42].

Повсюду была реклама недвижимости. Вот как описывает происходившее Робертс: «Один владелец участка так рекламирует свои лоты: “Мы дарим новый “форд” или его эквивалент деньгами каждый понедельник и ежедневно – другие ценные подарки в течение всей распродажи. И мы развлекаем тех, кто приехал 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! – ревет другая. – Прелестные и полезные сувениры и призы”. “Приезжайте прокатиться на наших автобусах и выиграть приз” – убеждает третья. “Награда в тысячу долларов”... будет уплачена каждому, кто предъявит заявку на покупку. Возможность из возможностей купить участок роскошного сада и плодородной земли в Южной Флориде. Помните, это вы указываете цену, и все выставленные на продажу участки будут проданы покупателям, предложившим максимальную цену...

Это то, что происходило. Фирмы по торговле недвижимостью проводили рекламируемые заранее аукционы, выставляли на продажу лоты, и когда присутствовавшие с

большой неохотой соглашались платить не больше 6–7 долларов за лот, использовали профессиональных покупателей, 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 приехали в большей степени за халявой и поездкой на автомобиле, нежели из-за недвижимости, и было неизбежно, что некоторые лоты уйдут только по доллару и 75 центов, если не прибегать ни к каким махинациям. Здравый смысл подсказывает, что ни один агент по недвижимости не выдержит такого удара, не испытав приступов тупой боли...

Некоторые дилеры разрешали своим клиентам покупать землю на условиях, которые привлекли бы даже Троцкого, хотя он и не верил в такие вещи. Лоты ценой в 400 долларов на одном участке можно было получить за 20 долларов наличными и 10 долларов в месяц без процентных и налоговых платежей в течение года. На другом участке лоты стоимостью 1250 долларов продавались за 100 долларов предоплаты и 25 долларов в месяц, пока не выплачивалось 20%, после этого можно было получить отсрочку выплаты основной суммы долга на 7 лет» [Roberts 1936, p. 145–149].

Собственно бум начался с того момента, когда во Флориду съехались дельцы в сфере недвижимости со всей страны. «Сколько в Майами агентов по недвижимости – и не сосчитать. Практически каждый, кому исполнилось 18, занимается недвижимостью так или иначе. Практически каждый имеет лот, от которого он хочет избавиться, хотя собственники земли единогласно утверждают, что цена земли удвоится за год» [Roberts 1926, p. 142]. По оценкам, в пик бума во Флориде в 2000 риелторских контор работало 25 000 агентов по недвижимости [Vanderblue 1927a, p. 120]. Балингер так описывает приезд новых агентов в город в июле 1925-го (эти уже к бесплатной раздаче опоздали. – Е.Ч.): «К июлю 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?”. К первому июля 1925 года власти Майами выдали 5917 брокерских лицензий, а новые заявки подавались по 60 штук в день» [Ballinger 1936, p. 97]. К зиме количество лицензий достигло 7500, из них 3000 было действовавших [Там же, p. 135].

Примечательно, что во Флориде нарисовался и сам Чарльз Понци – автор знаменитой пирамидальной схемы (типа «писем счастья»), он обещал вкладчикам в его «синдикат» 200% прибыли за три месяца, но не успел развернуться – был арестован. Флорида привлекала множество мошенников, которые продавали несуществующие проекты; расцвет мошенничества, как уже неоднократно упоминалось, – это признак бума.

«Консервные» туристы заходили в офисы риелтеров, чтобы «просто посмотреть», но там им рассказывали, как легко купить участок – предоплата всего 20% (к концу бума предоплата во многих проектах упала до 10 и даже 5%)! После внесения предоплаты покупатель получал квитанцию о внесении аванса (так называемый binder), которую с финансовой точки зрения можно рассматривать как ценную бумагу, аналогичную опциону, то есть 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 даже появилось выражение binder boy – так называли спекулянтов авансовыми квитанциями на покупку участка.

Они активничали в Майами с марта по август 1925 года. Их «штаб-квартирой» был роскошный отель Ponce de Lion. У Баллингера мы находим сатирическое описание этих операций: «Для покупки участка стоимостью 5 тысяч нужно было внести 10% или меньше от оговоренной стоимости, чтобы забронировать лот до тех пор, пока не будут выполнены все необходимые формальности и сделка не будет закрыта. Покупатель получал квитанцию об оплате и в течение последующих дней должен был внести, возможно, еще 15%, чтобы полностью уплатить первоначальный взнос и завершить перевод права собственности.

Но спекулянты авансовыми квитанциями... обнаружили, что эти квитанции столь же хороши, как и деньги. Имея больше природной хитрости, нежели капитала, поначалу они стали спекулировать квитанциями между собой... Сначала они зарабатывали маленькую прибыль на самих квитанциях (то есть по сути продавали место в очереди. – *Е. Ч.*), но быстро взвинтили цены, перепродавая квитанции несколько раз еще до того, как сделка была завершена.

Случаи, когда лот менял собственника аж восемь раз еще до закрытия сделки, были отнюдь не уникальными. Когда приходило время подписания бумаг, покупатели толпились около этих бумаг, как голодные пацаны у пирога на пикнике, каждый готов был отщипнуть свою долю прибыли. Торговля квитанциями обычно позволяла оформить купчую сразу на финального покупателя, но, как сосков на коровьем вымени, к ней было прицеплено семь или восемь предыдущих сделок, каждая из которых представляла собой прибыль одного из покупателей в этой череде. Большую часть живых денег получал все же брокер по недвижимости» [*Ballinger 1936, p. 94*].

Вандерблю утверждает: спекуляция квитанциями была ограничена тем, что каждому последующему покупателю нужно было вносить все возрастающий процент стоимости.

Допустим, уже прошло 30 дней с момента внесения аванса, тогда в цену лота уже заложен аванс, который внес первый покупатель, первый платеж и прибыль первого покупателя (или нескольких перепродавцов), а это уже существенно больше. Люди без средств не могут себе этого позволить, и вымываются с рынка [*Vanderblue* 1927a, p. 119].

Существует расхожая байка о том, что спекулянтов квитанциями «выкурил» из города один крупный девелопер, сначала продав им участки в проекте по высокой цене, а потом выставив на продажу такие же, но по более низкой, но Балингер этого не подвергает<sup>10</sup>. По его мнению, самой эффективной мерой против спекулянтов квитанциями стало сокращение к ноябрю 1925 года срока оформления документов с 30 дней до 10 [*Ballinger* 1936, p. 132]. Из авансовых спекулянтов многие стали бумажными миллионерами, но большинство уезжало, разорившись, в пустых товарных вагонах поездов, идущих на север [*Там же*, p. 97].

Участки в большинстве проектов вокруг Майами, пожалуй, 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 долларов. В другом, весьма удаленном, проекте за два дня были полностью распроданы участки общей стоимостью 2 млн долларов. В проекте Davis Islands на 832 акрах земли, названном по имени самого девелопера, лоты общей стоимостью около 18 млн долларов были распроданы за 31 час, а в первые 9 часов было заключено сделок на половину этой суммы. В момент начала продаж было заявлено, что 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 [*Там же*, p. 135–136].

В проекте Atlantic Shores под Голливудом 960 акров болотистой местности, но с выходом к морю, были куплены консорциумом инвесторов за 4 млн долларов. Примечательно, что продавцом выступал инженер, который участвовал в строительстве дороги Флэглера, в свое время купивший эту землю по доллару за акр [*Там же*, p. 75]. Кстати, подобным образом озолотился не он один. Некий негр, купивший 10 акров земли 27 лет назад в местечке, где теперь находился город Майами, перепродал их местному шерифу за 175 тыс. долларов. Еще один инвестор перепродал за 250 тыс. участок, купленный 28 лет назад за 212 долларов [*Там же*, p. 79].

Флоридские девелоперы в марте 1925 года объединились в Ассоциацию девелопмента Флориды (Florida Development Board), которая планировала потратить на рекламу и промоушен недвижимости штата 1,5 млн долларов. Они заказали рекламные объявления,

---

<sup>10</sup> Он проверил цены сделок по этому объекту и разницы между ними не увидел.

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. В рекламе Флориду называли Американской ривьерой, «зимней игровой площадкой нации», Американским зимним раем, восхваляли природные богатства штата. Стала популярна фраза «очертания Майами напоминают мне небесный контур Нью-Йорка», приписываемая одному вновь прибывшему. После этого почти в течение года репортеры проводили опрос и спрашивали приезжающих: «А очертания Майами не напоминают вам небесный контур Нью-Йорка?» Голоса отвечавших «нет» не засчитывались [Там же, р. 130].

Флоридский феномен, разумеется, подавался не как сумасшествие, а как отражение ускоренного развития штата. Использовался аргумент о том, что Флорида – это мотор всей американской экономики. Писали, что американская экономика переориентируется от сотрудничества с Западной Европы на сотрудничество с Латинской Америкой, а Флорида станет «воротами». Полагали также, что казино Флориды уведут бизнес у Монте-Карло, от чего пострадают итальянские курорты и Ривьера.

Считалось, что население Флориды будет только расти, равно как и население Майами. Приводились самые разные оценки, вплоть до экстремальных. Баллингер утверждает, что любой, кто имел какое-то мнение по поводу населения Майами, был уверен, что оно достигнет 1 млн человек менее чем через 10 лет, и город станет самым крупным на Юге [Там же, р. 53, 114]. Как писал Робертс, «в 1910 году Майами имело население 5471 человек. В 1920 году там жило 30 000. В 1922 году – 40 000. Так обстоят дела во Флориде. Население выросло на 440% за последние 10 лет. Поэтому жители Майами вычислили, что оно за следующие 10 лет опять вырастет на 440% и составит 100 тысяч в 1915 году и 200 тысяч в 1930 году. Если так продолжать, то оно достигнет 5 миллионов в 1950 году, а в 1980-м здесь будут околачиваться все жители Северной Америки, стремясь протиснуться в город» [Roberts 1926, р. 136–137]. По поводу Флориды договаривались до того, что к 1970 году ее население достигнет аж 100 млн человек (всего в США проживало тогда около 120 млн человек).

В книге «Правда о Флориде», вышедшей в декабре 1925 года, как раз на пике пузыря, автор писал: «Я верю, что так называемый флоридский бум будет длиться вечно, в штате, который предлагает так многое многим классам людей, торможение невозможно. Я хочу повторить. То, что происходит во Флориде, – не бум. Штат попросту делает за несколько лет то, что он должен был бы сделать за десятилетия. И это делается на постоянной основе. Он строит свое будущее. Он меняет стандартные подходы к девелопменту. Он приближает будущее и делает его настоящим». Красиво, правда? А еще в одной книге – «Florida in the Making» – утверждалось, что «сделанное во Флориде – это только начало» [Цит. по Sakolski

1932, p. 342]. Даже Бабсон, который в 1929 году громче всех кричал, что на фондовом рынке пузырь, в 1926-м писал насчет Флориды: «Возможно, Флорида немного переинвестирована, но исходя из истории других частей страны, я полагаю, что ее развитие только началось и что стоимость участков во многих районах удвоится, утроится и учетверится в течение следующих восьми лет, а сделанное за годы флоридского бума – это только начало восхитительного развития, которое впереди» [*Там же*, p. 344].

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...» [*Sobel* 2000, p. 290].

Во Флориду стекались деньги со всей страны, что не устраивает нью-йоркских банкиров. Разразилась настоящая пропагандистская война между Севером и Югом. Начнем с того, что флоридский бум всячески поддерживался местными банками. Они охотно кредитовали девелоперские проекты, для чего привлекали средства инвесторов под 8% годовых. Флоридские выпуски рекламировались под логунгом «где ценная бумага надежна» (по-английски – *where security is certainty*, что можно перевести еще как «где безопасность гарантирована»). Это примерно вдвое выше, чем можно было получить в Нью-Йорке. Когда нью-йоркские банкиры забеспокоились о потере своего бизнеса и Национальная кредитная ассоциация взялась исследовать вопрос и обратила внимание на риски завышенных флоридских процентных ставок, флоридские банкиры выступили за снятие секретаря ассоциации со своего поста. Когда к расследованию подключилось Нью-Йоркское бюро за лучший бизнес (*The Better Business Bureau of New York City*), то они пришли к выводам, что заявления флоридских девелоперов – это злопыхательская и ложная пропаганда. Когда же фондовый рынок в феврале-марте 1926 года вдруг упал и за один только месяц потерял 4 млрд долларов, нью-йоркцы получили симметричный ответ: флоридская ассоциация девелоперов выступила с таким заявлением: «Разве для публики не лучше инвестировать в уважаемую недвижимость, чем в колеблющиеся и спорные ценные бумаги?» [*Sakolski* 1932, p. 341].

Флоридская недвижимость активно рекламировалась не только банкирами, но и местной торговой палатой. 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 дрожащих от возбуждения северян «с купающимися девушками с

обнаженными ногами<sup>11</sup>, теплыми январскими деньками и еще более теплыми спекулятивными возможностями» [Ballinger 1936, p. 53].

Стороны подкалывали друг друга, где только могли. Одно из рекламных объявлений гласило: «В Майами нет такого бума, как на Западе, где профессиональные спекулянты строят из ничего бумажные города, избавляются от лотов и удаляются в неведомые дали» [Там же, p. 65].

Когда газета *Minneapolis Journal* подала события во Флориде как земельную лихорадку, то флоридские журналисты сочли, что их коллеги из Миннеаполиса могли так написать только из-за незнания местных условий [Там же, p. 75].

Сеть газет, принадлежавших известному издательству Scripps-Howard, в сентябре 1925 года напечатала серию статей, в которых журналистка с уверенностью констатировала, что бум во Флориде закончился, что все прибыли, которые можно было получить, уже получены, спекулянты квитациями разъехались, а СантаКлаус мертв (цирк уехал. – Е. Ч.). В ответ на это глава ассоциации флоридских девелоперов потребовал от губернатора штата созвать собрание ведущих деятелей штата в Нью-Йорке, 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. Жители города Ричмонда потребовали принять специальное законодательство на уровне штата Вирджиния, которое бы компенсировало убытки, понесенные из-за массовой миграции во Флориду. «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 кроме денег», – писала еще одна северная газета [Ballinger 1936, p. 128]. Когда в сезон 1925–1926 года, которого так ждали спекулянты, туристов во Флориду приехало мало, местные промоутеры обвинили в этом «северную пропаганду» [Vanderblue 1927b, p. 258–259].

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 долларов 30,6 млн долларов за акр<sup>12</sup> [Ballinger 1936, p. 73]. Если говорить о средних цифрах периода бума, то участок без выхода к морю стоил в среднем от 8 до 20 тыс. долларов, на береговой линии – от 20 до 75 тыс., цена также резко возрастала, если земля находилась рядом с хайвеем Дикси. Поскольку купленный участок практически сразу же выставлялся на перепродажу, к концу бума «инсайдеры» – местные жители и спекулянты недвижимостью – практически полностью переложили все активы на приезжих. (Правда, после коллапса многие от них отказались,

<sup>11</sup> Во времена Флэглера степень открытости купального костюма жестко регулировалась местными властями.

<sup>12</sup> Это астрономические суммы. 30,6 млн долларов за акр – это примерно 765 тыс. долларов за сотку в тогдашних ценах или около 15 млн долларов в нынешних. Насколько я знаю, у нас на Рублевке до кризиса цены доходили до 300 тыс. долларов за сотку.

участки вернулись к девелоперам, а затем многие были национализированы в счет уплаты за начисленные, но неуплаченные ими налоги.)

Флоридский бум стал годами бурного развития и процветания. С 1923-го по 1926 год население штата увеличилось с 1057 до 1290 тыс. человек, или на 22%, а банковские депозиты возросли с 225 до 850 млн долларов. Объемы строительства возрасли в пять раз.

Бум строительства вызывал острую нехватку стройматериалов местного производства. Одна местная компания продавала по 95 машин стройматериалов в день и не поспевала за заказами [*Там же*, р. 57]. Приходилось везти их из других частей США. Железная дорога перестала справляться с потоком грузов – в основном строительных материалов, самым узким местом была разгрузка. Вандерблю приводит данные, согласно которым, пассажирские перевозки Florida East Coast Road с 1919-го по 1925 год возросли примерно втрое, а грузов – в пять раз [*Vanderblue* 1927a, р. 124, 125]. В августе Florida East Coast Road перестала принимать к отправке грузы, кроме топлива, продовольствия и скота. В октябре 1925 года пришлось даже наложить эмбарго на ввоз во Флориду по железной дороге практически всех видов карго, кроме продовольствия. В результате эмбарго грузы застопоривались на границах штата. К зиме под Джексонвилем скопилось 7000 вагонов.

Попытались переключиться на доставку парходами, но не тут-то было. Порт Майами и так увеличил оборот с 200 тыс. тонн грузов в 1922 году до 1,1 млн тонн в 1925-м [*Ballinger* 1936, р. 115]. Вскоре после начала эмбарго вся небольшая гавань Майами и узкий подходящий канал были заблокированы судами. Суда простаивали на входе, ожидая разгрузки, по 10–20 дней. К разгрузке пришлось подключать местных заключенных. В сентябре парходные линии тоже ввели ограничения на перевозку из Нью-Йорка, Филадельфии, Балтимора и Каролины строительных материалов и мебели.

В городе возникли перебои, в том числе с некоторыми продовольственными товарами. Вы никогда не угадаете, с какими! Самым дефицитным был пищевой лед, который использовался для охлаждения напитков. Пришлось даже его нормировать, как в военные годы – сахар. Как говорится, нам бы их проблемы. Возник дефицит молока, потому что в штат не могли завезти ни корм для коров, ни бутылки для розлива готового продукта [*Там же*, р. 119, 122].

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 и ожидающих своих владельцев грузов [*Там же*, р. 123]. Но вдруг произошло чудо: на север было отправлено 109 пустных вагонов, а обратно вернулось только 92 [*Там же*, р. 123].



К февралю ситуация практически нормализовалась, и ограничения оставили только в отношении строительных материалов, а с апреля они продолжали действовать только на цемент и пиломатериалы. Вандерблю рассказывает о различных курьезных последствиях эмбарго. Один девелопер, например, успел завезти только унитазы и ничего больше. Участок у него можно было купить без дома, но с унитазом. Если серьезно, то эмбарго сильно увеличило затраты на строительство. По мнению Вандерблю и Баллингера, транспортное эмбарго способствовало охлаждению инвестиционного бума [*Vanderblue*, 1927b, p. 256; *Banllinger* 1936, p. 159].

Характерно, что, как и в период бума недвижимости в Японии в конце 1980-х годов (об этом рассказывает глава 14), когда квартиры становятся слишком дороги, то юридические лица начинают строить или покупать квартиры для своих сотрудников. Так, The First National Bank снимал квартиры для своих сотрудников. Газета The Miami Herald купила два многоквартирных дома и начала строить 50 домов для вновь прибывших сотрудников. Burdine's построил три многоквартирных дома; Commercial Bank & Trust Company, ювелиры Sutton & Gibson, фармацевты Groover-Stewart и даже сам муниципалитет Майами занялись девелоперством, чтобы сохранить сотрудников [*Ballinger* 1936, p. 127].

Но вдруг – как в сказке про Золушку – все резко поменялось. Богатые опять поехали отдыхать в Европу, продажи в Бока-Ратон встали, завсегдатаи Палм-Бич заявили, что в этом году они – на Ривьере. Первыми от Флориды отвернулись состоятельные американцы.

По мнению Баллингера, первые признаки падения цен наметились в августе в Майами-Бич. Некий продавец вдруг обнаружил, что один объект недвижимости со стартовой ценой в 7 тыс. долларов в ходе перепродаж на стадии авансового платежа дошел до 50 тыс. долларов. 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. долларов [*Там же*, p. 99].

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, Tatum Brothers, даже отрапортовала, что продажи в первые шесть недель 1926 года составили 1,8 млн долларов, и это больше, чем за аналогичный период прошлого года. В The Miami Herald, которая в 1925 году поставила мировой рекорд по количеству строк рекламы за год (42,5 млн), пик рекламных объявлений пришелся на январь 1926 года, в феврале было немногим меньше. Правда, больше не печатали статистику о количестве сделок с недвижимостью, чтобы люди не начали сравнивать [*Там же*, p. 147]. 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. долларов и рассчитывал их перепродать за 30 тыс., вдруг осознали, что им предлагают 18, а то и 15 тыс. долларов. Приходилось соглашаться, поскольку средств на второй платеж не было. В марте 1926-го обвалился фондовый рынок – это было худшим падением с 1920 года; непосредственным поводом послужила несостоявшаяся крупная сделка по слиянию двух железнодорожных компаний [Ballinger 1936, p. 149]. Стало понятно, что нью-йоркский капитал этой весной во Флориду не придет и цены не восстановятся. Последние туристы уехали после закрытия сезона традиционными скачками. В апреле местные жители заговорили примерно так: «Слава богу, в этот раз не будет сумасшедшего лета. Это начало постепенного роста, который превратит Майами в миллионный город через 10 лет» [Там же, p. 152]. Но «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 недвижимости в полтора раза больше, чем в пиковом по продажам 1925-м [Там же, p. 144]. 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. Бульвар прокладывался по уже застроенным районам, поэтому проект требовал выкупа не только земли, но и уже существовавшей, но морально устаревшей недвижимости в городе. Эти сделки велись активно, и кредит был доступен. Город частично финансировал инфраструктуру.

Местные власти, которые охотно способствовали строительному буму, за свой счет финансируя строительство некоторых объектов инфраструктуры, обычно через выпуск облигаций, продолжали проводить размещения бумаг. Уже в 1916 году власти Майами одобрили выпуск акций в размере 11,5 млн долларов на объекты городской инфраструктуры, а на объекты Майами-Бич – на 2,6 млн долларов [Там же, p. 148]. В конечном итоге многие муниципалитеты объявили себя банкротами и по облигациям не рассчитались.

Строительные работы были свернуты только после урагана, накрывшего побережье в ночь с 18 на 19 сентября. Удар пришелся как раз на часть побережья между Палм-Бич и

Майами, то есть самую застроенную и густонаселенную. Деревья были вырваны с корнями, дома разрушены, 392 человека погибли, 6281 были ранены. В Майами 2000 домов было полностью разрушено и еще 3000 пострадало – они остались без крыш и окон. В Форте Лаудердел было разрушено и пострадало 1200 и 1000 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. Несмотря на отчаянные попытки местных девелоперов вернуть туристов и обширную рекламу штата, оживления в 1926–1927 годах не наступило. 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. На конец 1926 года они составили 550 млн долларов и продолжали снижаться. 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 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 индустриальных и сельскохозяйственных регионах. И в этом смысле Флорида была «последним шансом Америки» (*America's last frontier*, дословно – последний рубеж). Вторая причина – это развитие инфраструктуры. Железная дорога, тянущаяся вдоль восточного побережья полуострова, – детище Флэглера, была построена в 1900 году. Она открыла для заселения южную часть штата. Постепенно обустроили и другие железные дороги, в частности вдоль западного побережья, проложили хайвеи. Во Флориду стали ходить пароходы. Кроме того, до Флориды из Нью-Йорка можно было добраться на поезде примерно за сутки. Немаловажно и то, что флоридские власти, чтобы привлечь туристов и покупателей недвижимости, предложили прекрасные финансовые стимулы – в штате не было ни налога на наследство, ни местного подоходного налога, ни налога с продаж. Робертс отмечает, что Флорида привлекает «консервных» туристов и тем, что они могли отдать своих детей в прекрасные школы, которые стоили всего 50 центов в неделю [*Roberts 1926, p. 89*].

Бум не был внезапным. Вот уже много лет Флорида являлась зимним курортом для всех слоев населения от миллионеров до фермеров, которые зимой могли позволить себе отдых. Пляжи Флориды были великолепны. Привлекали и буйная тропическая растительность и климат (зимой светит солнце и можно купаться), которые отличались от того, что можно было наблюдать в других частях страны. Бесчисленные туристы стали владельцами недвижимости. Миллионеры покупали поместья, а менее состоятельные – участки под застройку.

Ну и, наконец, как и в случае тюльпаномании, пиковые цены нельзя воспринимать как реальные. Сделки по покупке недвижимости, безусловно, были сделками опционными. Как вы знаете, аналогично совершаются сделки и у нас. Вносится аванс, готовятся документы, и если покупатель отказывается от покупки, то аванс не возвращается, но покупатель больше ничего не должен.

Что касается коллапса, то к нему подтолкнуло изменение налоговых условий. В июне 1925 года флоридскими спекулянтами заинтересовалась наконец федеральная налоговая служба и послала в штат 20 инспекторов. Понято, что в условиях продажи недвижимости с большой рассрочкой большая часть прибыли была бумажной, на реальные деньги могло приходиться процентов 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. Конец года стремительно приближался. Многие бумажные миллионеры обнаружили, что им трудно собрать настоящие деньги для погашения налогов на прибыль 1925 года, приостановили активность или вообще уехали, а те, кто смог это сделать, платили из своих сбережений. Но как пишет Балингер, «это было только облачком на горизонте, и никто не обратил на это никакого внимания» [Ballinger 1936, p. 76, 108]. На самом деле это означает, что девелоперы и спекулянты, чтобы рассчитаться с государством, не могли продавать недвижимость на тех льготных условиях рассрочки, на которых они ее предлагали ранее. Это усиливало ограничение на дальнейший рост цен в виде необходимости наличия реального капитала у покупателей. Балингер также отмечает, что окончанию бума способствовали грузовое эмбарго, а также «общенациональная враждебность» по отношению к Флориде [Там же, p. 159].

Я хочу обратить особое внимание на один очень редко упоминающийся факт. Большинство источников говорит о том, что к концу бума лоты, хоть и росли в цене, но предлагались на все более льготных финансовых условиях – в смысле первоначального взноса и рассрочки. Но были и другие прецеденты. В частности, вышеупомянутый известный девелопер Карл Фишер финансовые условия покупки не смягчал, а даже ужесточил. Предоплата должна была составлять не менее 20%; кроме того, он продавал не каждому – покупатель должен был быть для него «приемлемым» и доказать свою финансовую состоятельность. Если на таких условиях покупателя не находилось, то лот просто снимался с продажи. Фишер считал, что цены слишком высоки и если он ослабит контроль, то его объект станет предметом спекулятивной игры со всеми вытекающими отсюда последствиями [Там же, p. 87–88].

Сакольски указывает на то, что флоридский бум сильно отличался от других бумов недвижимости XIX – начала XX века в США. Флорида – это единственный эпизод, где

инвесторы потеряли деньги. В Огайо, Айове, Чикаго и Лос-Анжелесе этого не было. Во Флориде больше всего потеряли не спекулянты, а те, кто купил участки под девелопмент, то есть инвесторы.

Примечательно, что современники бума понимали, что восстановление неизбежно. Так, Вандерблю еще в 1927 году писал: «Улучшения будут сначала медленными (так почти всегда происходит после серьезного обвала), восстановление будет замедляться текущим избыточным предложением и огромным количеством долгов на местном уровне. Но два величайших актива штата – мягкая зима и близость к плотно заселенным штатам – обещают, что в течение нескольких лет восстановление после нынешней депрессии будет гарантированным и масштабным [*Vanderblue* 1927b, p. 269].

Он оказался прав. В 1933 году началось постепенное восстановление деловой активности во Флориде. Динамика количества зарегистрированных сделок с недвижимостью в штате такова: 1925 год – 174 тыс., 1926-й – 98 тыс., 1932 год – 17 тыс., 1935-й – 34 тыс. (это уровень 1925 года) [*Ballinger* 1936, p. 160]. В долгосрочной перспективе вложения во флоридскую недвижимость оказались не столь уж плохими. По данным, которые приводит Собел, участок, купленный на пике, в 1925 году, за 60 тыс. долларов, в 1973-м стоил 1 млн долларов [*Sobel* 2000, p. 296]. Это рост примерно в 16 раз, а инфляция за этот период составила примерно 2,4 раза. Иными словами, реально стоимость участков увеличилась примерно в 13 раз, или почти на 5,5% в год в реальном выражении. Конечно, данная прикидка очень грубая, но понятно, что это прекрасная долгосрочная доходность для вложений на пике пузыря. (Приведенный пример наводит на мысль о том, не повторится ли такой сценарий в Дубае: нынешнее падение, но затем – долгосрочный рост.)

Подведем итог рассказу о флоридском буме. Пузырь, несомненно, имел место. Это выражается и в количестве рекламных полос в посвященных недвижимости газетах, и в активности спекулянтов квитанциями, и во многократном обороте квитанций, и в быстром росте цен на пустом месте, если не считать финансовых послаблений. Бум недвижимости по Флориде привел и к дисбалансам в реальной экономике – из-за перетока капитала из других регионов и отраслей. Но опять, как и в случае с тюльпанами, «Компанией Южных морей» и «Системой “Миссисипи”», пузырем можно, наверное, назвать лишь события нескольких последних месяцев. И это действительно, как говорили в XIX веке, похоже на сон – приснившееся богатство исчезло, когда все проснулись. Сделки по высоким ценам заключались, но в основном были развернуты в обратную сторону, и большинство продавцов не только не заработали, но и понесли убытки, как минимум, на налогах. Я не была во Флориде, потому что мне никогда не хотелось туда поехать. Но после того как я написала эту книгу, потянуло съездить в это место и посмотреть своими глазами: ведь все эти отели Флэглера, 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?

\*\*\*

Прекрасно иллюстрирует флоридское безумие отрывок из романа ныне почти забытого, но хорошего американского писателя Теодора Пратта с незатейливым названием «Большой пузырь. Роман о флоридском буме». Он вышел в свет в 1951 году. Кстати, сам роман гораздо лучше, чем его заголовок. Те, кто интересуется художественными бизнес-книгами наподобие произведений Артура Хейли, сочтут это произведение интересным. Пратт очень долгое время жил во Флориде и написал три романа на материале ее истории, которые считаются его «флоридской трилогией». «Большой пузырь...» – последний роман из нее. Коротко сюжет его таков. В 1923 году подающий надежды, но еще не раскрутившийся нью-йоркский архитектор Адам Пайн со своей женой Эвой бросает все и едет на машине во Флориду. Адам учился в Париже и стажировался в Испании, где проникся духом средиземноморской Европы. Влюбленный в испанскую и мавританскую архитектуру, он считает, что Флорида – самое подходящее место для построек в этом стиле, там он будет органичен. Плюс Пайн «кожей чувствует», что там что-то назревает. Подъезжая к месту назначения, он встречает некоего Герри, добирающегося туда же автостопом. Герри на мели, причем до такой степени, что не может себе позволить обед в придорожной забегаловке. Он продавец от бога, может продать что угодно кому угодно, но погорел на торговле фальшивыми ценными бумагами и вынужден был убраться из Нью-Йорка практически в чем мать родила. Герри тоже чувствует, что во Флориде «что-то начинается». Герри уверен, что преуспеет в спекуляциях участками, даже не имея стартового капитала.

В Палм-Бич пути Адама и Герри расходятся. Адам довольно быстро (но совершенно случайно) получает первого клиента, и после успеха проекта (а это была клубная резиденция «Фламинго», которая будет упомянута в приводимом ниже отрывке) предложенный им испанский стиль становится супермодным, и у Адама нет отбоя от заказчиков. Герри же сперва занимается чем попало, потом становится контрабандистом – в период «сухого закона» он переправляет с Багамских островов алкогольные напитки, затем уламывает молодую вдовушку продать ему оставшуюся ей от мужа землю за полцены, и наконец дело доходит до спекуляции участками в больших масштабах. К этому времени флоридский бум уже в самом разгаре.

Герри покупает большой кусок земли, уже далеко от моря, разбивает его на лоты, наведывается со своим планом к Адаму и просит у него эскиз «въездной группы в коттеджный поселок», как сказали бы сейчас у нас. Адам рисует за несколько минут пару колонн, параллельно придумывая название поселка – Гранада-Мэнорс. В названии должно

быть что-то испанское, ибо испанская тема в моде: Адам в Испании был, ему и карты в руки. За эскиз Герри дарит Адаму два участка в поселке. Потом он изготавливает что-то, отдаленно похожее на эскиз Адама, ставит эту «въездную группу» в чистом поле и собирает толпу желающих купить землю, организуя перевозку людей из города на автобусах. Герри приглашает Адама на церемонию открытия. Тот едет из чистого любопытства.

Вот что происходит дальше.

«Герри... показал тростью в сторону горизонта.

– Посмотрите на нее! – воскликнул он. – Посмотрите на эту прекрасную, плодородную, бесценную землю, простирающуюся перед вами. И пусть кто-то осмелится сказать мне, что он когда-нибудь где-нибудь на планете видел что-либо лучше.

Этот вызов никто не принял. Толпа повернулась, следуя его указаниям, посмотрела на землю, потом опять на Герри, слушая его жадно, поглощая каждое слово.

– Я верю во Флориду, – провозгласил он. – Я верю в цену Флориды. И я собираюсь просить вас поверить во Флориду. Я собираюсь просить вас поверить именно в эту часть Флориды. И это будет нетрудно для вас, поскольку вы, так же как и я, любите эту великую суверенную землю и понимаете открывающееся перед нею будущее. Сегодня мы видим только пустынную землю да величественные деревья, все еще окружающие эту территорию. Завтра здесь появятся дом за домом, коттедж за коттеджем, зеленые лужайки перед ними, апельсиновые деревья, увешанные золотыми фруктами, зреющими в садах, и превращающимися Гранада-Мэнорс в сад. В Испании, в честь которой он назван, ничто не может с ним сравниться.

Он подошел к самому краю платформы.

– Я знаю, что я мог бы выставить прекрасные, огромные участки в Гранада-Мэнорс на продажу по рыночным ценам, через офис в центре города. Но если бы я так сделал, это означало бы дополнительные расходы – на съем помещений, найм на работу людей и прочее. Я не сделал так потому, что это повысило бы цену этой несравненной земли. А я хотел, чтобы она была настолько дешевой, насколько это возможно. Я хотел подарить всю эту экономию вам... – Он сделал небольшую паузу и затем продолжал: – Но прежде всего я хочу открыть вам один секрет. Сегодня с нами человек, который стал лидером в своей сфере, имя которого хорошо известно всем вам, всему цивилизованному миру, – это выдающийся архитектор всех времен и народов. Многие из вас видели или слышали, или проходили мимо его несравненных достижений в Палм-Бич – это клуб «Фламинго», величественный особняк, который он построил для семьи Бредбури, самое оригинальное офисное здание в стране, которое носит его собственное имя, и другие дома, которые он уже построил или строит. Я говорю о моем друге, моем очень хорошем и близком друге господине Адаме Пайне, который сидит сейчас в «роллс-ройсе» со своей очаровательной женой – госпожой Пайн...

Мой близкий друг Адам – господин Адам Пайн – спроектировал художественные входные колонны в Гранада-Мэнорс. Но это не все. Он придумал само имя Гранада-Мэнорс. И это еще не все, мои друзья. Господин Пайн первым поверил в Гранада-Мэнорс. Я счастлив объявить, что он первым приобрел участки в Гранада-Мэнорс. – Герри развернул карту, и показал на ней два участка: – Это участки господина Пайна, потрясающего архитектора из Палм-Бич... Я не знаю точно, почему такой человек, как Адам Пайн, хочет иметь два участка в Гранада-Мэнорс. Он мне в этом не признавался. Но я могу вам сказать, что если такой умный человек, как он, со всеми его связями, имеет два участка в Гранада-Мэнорс, это что-то значит. Может быть, он хочет уединиться от суеты высшего света по ту сторону озера и переехать сюда в поисках спокойствия и отдыха. В любом случае, вашим первым соседом вы можете гордиться.

Герри стал говорить быстрее. Он подошел к кульминации своей речи. Он резко взмахнул тростью, как бы подстегивая интерес толпы:

– А сейчас, прямо сейчас, в эту минуту, когда шансы самых сообразительных отхватить лучшие куски высоки, я начну продавать эту бесценную землю по ценам, которые не продержатся и сутки. Вы все знаете, что происходит во Флориде, и что тогда здесь будет происходить? Так кто хочет быть первым? Кто хочет быть соседом Адама Пайна? Кто хочет участок, расположенный рядом с его участком? Говорите мне, быстро!

Даже Герри не был готов к реву голосов, который раздался в ответ. Он пришел в замешательство, но только на мгновение. Он не сомневался в том, что делать дальше. Вряд ли он различил голоса конкретных людей, он просто указал своей тростью на человека в первом ряду толпы:

– Это вы! – воскликнул он. – Счастливчик, счастливчик! Вот это умно! Получи с него депозит, Джек.

Ассистент Герри подошел к человеку с чеком и бланком договора. А Герри продолжал свою болтовню. Участки расходились как горячие пирожки. Его ассистент едва поспевал за возбужденной толпой.

– Он собирается продать все, – предсказал Адам.

– Вот как он использует друзей, – ответила Эва.

– Какой же он находчивый, этот сукин сын»<sup>13</sup>.

Что было дальше, мы знаем.

---

<sup>13</sup> «Большой пузырь. Роман о флоридском буме» цитируется по: [Pratt 1951, p. 148–150] (перевод мой. – Е. Ч.).