«СЕЙЧАС ВРЕМЯ ВДУМЧИВОГО ПОКУПАТЕЛЯ»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ ZELEGÉ **СТАНИСЛАВ ЗЕЛЕНИН** РАССКАЗАЛ КОРРЕСПОНДЕНТУ **BUSINESS GUIDE** О ПЕРСПЕКТИВАХ СЕГМЕНТА ЗАГОРОДНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ, О ТОМ, ПОЧЕМУ ЕГО НЕ ПУГАЕТ СПАД НА ЭТОМ РЫНКЕ, А ТАКЖЕ О ТОМ, КАК МЕНЯЮТСЯ ВКУСЫ И ПОДХОДЫ ПОКУПАТЕЛЕЙ К СТРОИТЕЛЬСТВУ ЗАГОРОДНЫХ ДОМОВ.

ЕКАТЕРИНА ДЫННИКОВА

BUSINESS GUIDE: Каковы итоги работы рынка загородной недвижимости за прошлый год?

СТАНИСЛАВ ЗЕЛЕНИН: Сейчас я веду проекты в Петербурге и Москве, поэтому могу сказать, что картинку вижу реальную. Прошедший год рынок закончил в состоянии жесткого расслоения. Сильно упал спрос, ипотека не просто дорогая — дорогущая. Сегмент масс-маркета в Ленобласти и Подмосковье встал в тупик. Людям не до красоты, нужно решать вопрос выживания на фоне высоких ставок. Но в премиум-сегменте, например, в Репино или в Новой Риге в Подмосковье, ситуация другая. Деньги у покупателя есть, но приобрести практически нечего. Все живое и качественное вымыто с рынка. Фактически 2025 год отфильтровал тех, кто строил дома «на коленке». Сейчас все честно: либо ты делаешь качественный продукт, либо ты уходишь. Третьего не дано.

BG: Получается, девелоперы в премиум-сегменте перестали строить?

С. З.: Не совсем так. Строят, но новые объекты вводятся намного медленнее, чем раньше, на фоне общего спада на рынке. Объектов совсем немного, и конкуренция растет.

BG: За счет чего идет конкуренция?

С. З.: В масс-маркете игроки конкурируют через цену, что на практике часто оборачивается рисками для покупателя. Низкая цена на входе может привести к затягиванию сроков или заморозке объектов, таких примеров мы видим немало. В бизнес- и премиум-классе компании конкурируют с помощью уровня сервиса и прозрачности. Заказчик стал разборчивым, многие строят уже второй или третий дом, их не обманешь красивыми картинками.

BG: А что происходит в среднем ценовом сегменте?

С. З.: Раньше строились дома хорошего среднего уровня, но сейчас этот сегмент очень заметно просел.

BG: Каковы основные тенденции на рынке?

С. З.: Их несколько. Первая, о которой я сказал,— это расслоение. Нижний сегмент и частично комфорт-сегмент находятся в стагнации, в поиске инструментов выхода из кризиса. Премиум-сегмент же поднимается за счет реального качества и уникальных локаций.

Второй важный тренд — запрос на так называемый единый контур в части услуг. Покупатель больше не хочет заниматься долгостроем, не верит визуализациям и обещаниям. Ему нужна одна компания, которая ответственна за все аспекты.

Третья тенденция — организованные поселки выигрывают у ИЖС. Ведь в классическом ИЖС каждый строит что хочет, там не найдешь единого эстетического баланса. Инфраструктура в ИЖС, даже если и есть,— рваная, без системного подхода. В то время как клубные поселки выгодно отличают единая архитектурная логика, регламенты, продуманное единое благоустройство всей территории. Люди голосуют за порядок и качество и выбирают клубные поселки.

BG: Есть ли какие-то важные тренды на рынке вторичной недвижимости?

С. З.: Сейчас довольно много предложения на рынке вторичной недвижимости — под Петербургом и не только довольно много участков пустующих либо с недостроенными домами. Эти объекты люди покупали во время всплеска спроса на загородную недвижимость в 2020–2022 годах, причем тогда покупатель брал все без разбора. Потом стало очевидно, что у части владельцев просто не хватает средств, чтобы построить или достроить дом. В итоге мы видим немало участков и зданий на них, которые, по сути, стоят без дела. Я считаю, что



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

в ближайшие годы покупатель поймет, что старые дома можно перестраивать, и вторичный рынок получит новую жизнь.

BG: Речь может идти только о достройке домов, которые не были завершены?

С. З.: Не только. Например, собственники домов, которые были сооружены в конце 1990-х, уже хотят как-то перестроить помещения. Поскольку в 1990-е взгляды на архитектуру были другими, состав их семей был другим. Дети владельцев выросли и знают, какой должна быть современная планировка, чтобы жить было действительно комфортно. Появилась потребность в новых технологиях и в организации жилья по современным правилам. Выход есть — заняться реконструкцией здания, используя современный подход, современную архитектуру. Для исполнителя проекта по реконструкции задача бывает сложнее и поэтому намного интереснее, чем построить дом с нуля. Правда, реконструкция может быть и зачастую дороже, нежели строительство нового дома. Тем не менее я думаю, что это направление будет развиваться, и компания ZELEGÉ как раз активно работает в той сфере.

BG: Как на рынке загородной недвижимости отразился переход на эскроу-счета?

С. З.: У нашей компании пока нет истории с этим инструментом. Я вижу, что в премиум-сегменте в принципе применение эскроу-счетов пока не получило широкого распространения. Наблюдая за рынком, я вижу, что эскроу-счета стали фильтром. Некоторые игроки ушли, рынок консолидируется вокруг средних и крупных компаний. Для покупателя — это защита денег, для рынка — очистка ценой дефицита предложения.

BG: Как меняются покупатели загородного жилья и их предпочтения?

С. З.: Покупатели стали разбираться в архитектуре, в технологиях строительства благодаря соцсетям. У многих изменяется подход к строительству домов. Покупателям нужен не просто дом, а жилье с хорошей современной вентиляцией, системой увлажнения воздуха. Пока мало кто понимает, насколько важно увлажнение в домах, но постепенно мы к этому идем. То есть покупателю важно, чтобы было модно и красиво, например, с окнами в пол, и при этом эргономично.

На первое место также выходит единый архитектурный код поселка. Крайне важно и наличие инфраструктуры, которую как раз могут обеспечить современные клубные поселки. Под инфраструктурой я понимаю наличие водоемов, каналов, прудов, качественное благоустройство, создание ресторанов, инфраструктуры для развития какого-либо спорта, например, серфинга. Жителям поселка также очень важно комьюнити, которое там сложилось. Оно создается как раз с помощью инфраструктуры. Фактически покупателю сейчас важна детализация его образа жизни.

Покупателю нужен весь набор услуг, который можно получить в одном окне. Это архитектура, инженерия и ландшафт в едином комплекте. Я вижу тренд на формат резиденции — объекта, который защищает вложения владельца. Заказчику важно и удобство, и то, что он экономит время для организации всего процесса строительства. Ему важно, чтобы было достаточно одного сообщения в мессенджерах, одного СМС, чтобы исполнитель учел все его пожелания, даже внезапно возникшие.

BG: Вы выполняете весь комплекс работ по обустройству загородного дома?

С. З.: Да, компания ZELEGÉ работает «под ключ». Мы стояли у истоков ландшафтного дизайна, поэтому у нас очень большие компетенции в этой сфере, помимо строительства загородных объектов. Резиденция — это не дом с баней. Это набор сценариев жизни: для отдыха, для спорта, для приема гостей, для хранения коллекций. Мы это все изначально упаковываем в единый проект, чтобы заказчик не занимался «доделками» и не достраивал котельные через год. Это и есть та самая комплексность.

BG: Есть ли на рынке и другие девелоперские компании, которые предлагают подобные услуги «под ключ»?

С. З.: Есть, их несколько в Москве и Петербурге. И в перспективе число подобных компаний увеличится, конкуренция станет сильнее.

BG: Каким будет для сегмента загородной недвижимости 2026 год?

С. З.: Я смотрю на ситуацию прагматично. Мы не ждем чудес от снижения ставки. Даже если она опустится до 13–15%, это не вернет прежний спрос. По моим оценкам, в экономе и комфорт-классе заметного роста в ближайшее время не будет. Строить дом сейчас дорого, и люди это уже поняли. Сейчас время вдумчивого покупателя. Ему нужен не просто бетон, а капитализация образа жизни. Мой прогноз: рынок окончательно разделится. Будь то Сестрорецк или Рублевка — сегодня недостаточно нарисовать красивую картинку. В 2026 году, а также в 2027-м разрыв между случайными стройками и профессиональными проектами станет пропастью.

BG: В каких сегментах будут точки роста? И будут ли они?

С. З.: В элитном и бизнес-плюс сегментах драйверами рынка станут новые проекты с современной инфраструктурой и архитектурой. В среднем — поиск баланса между ценой и качеством. В массовом поддерживать спрос будут унификация процессов и поиск новых финансовых инструментов.

BG: Насколько устойчив загородный сегмент к внешним рыночным воздействиям?

С. З.: Сегмент устойчив. По нескольким причинам. Первая: для элитного покупателя загородный дом — это возможность отключиться от города и офиса. Снять костюм, выйти на террасу и почувствовать себя свободным. Это не гигиена, это образ жизни. Запрос сформирован, платежеспособность есть. Вторая: количество хороших поселков с нормальной инфраструктурой можно пересчитать по пальцам. Все, что строится, рано или поздно продается. Плюс рынок пережил волну отъездов и возвращений. Люди уезжали, бросали стройки, а сейчас вернулись и разморозили объекты.

Успешными будут сильные игроки, гибкие, которые предлагают комплекс наиболее востребованных услуг. Останутся также компании, у которых есть пул удачно расположенных земельных участков, которые будут подтягивать к их освоению те самые оставшиеся на рынке компании, в том числе и нас. Загородный рынок, конечно же, не умрет. Просто легкой жизни больше нет. И это к лучшему. ■