

EXECUTIVE BRIEF • 15.08.2026

Западная загородная недвижимость

Рынок уже не дефицитный. Он проверяет, умеет ли девелопер доказать ценность конкретного продукта.

Главный коммерческий сдвиг

«Лес + инфраструктура + 30 минут» стали языком категории. Разница возникает там, где покупатель видит полный сценарий решения до звонка.



ЛОТ	ЦЕНА	КОМПЛЕКТ	ГОТОВНОСТЬ	ИНЖЕНЕРИЯ	ЭКСПЛУАТАЦИЯ	ПРОСМОТР
-----	------	----------	------------	-----------	--------------	----------

РЫНОК • 2024–H1 2026

Предложение выросло быстрее спроса

937

сделок • пять западных шоссе • 2024

+63%

первичное elite-предложение • 2025

–25%

первичные сделки • 2025 к 2024

+47%

первичные сделки • H1 2026 год к
году

2024

Intermark • 5 шоссе

Коттеджи		591
Участки		346

270 млрд ₽ суммарной
стоимости сделок.

2025

NF GROUP • primary elite

Предложение		660
Сделки		209

11 новых проектов; 95% сделок в
premium.

2026

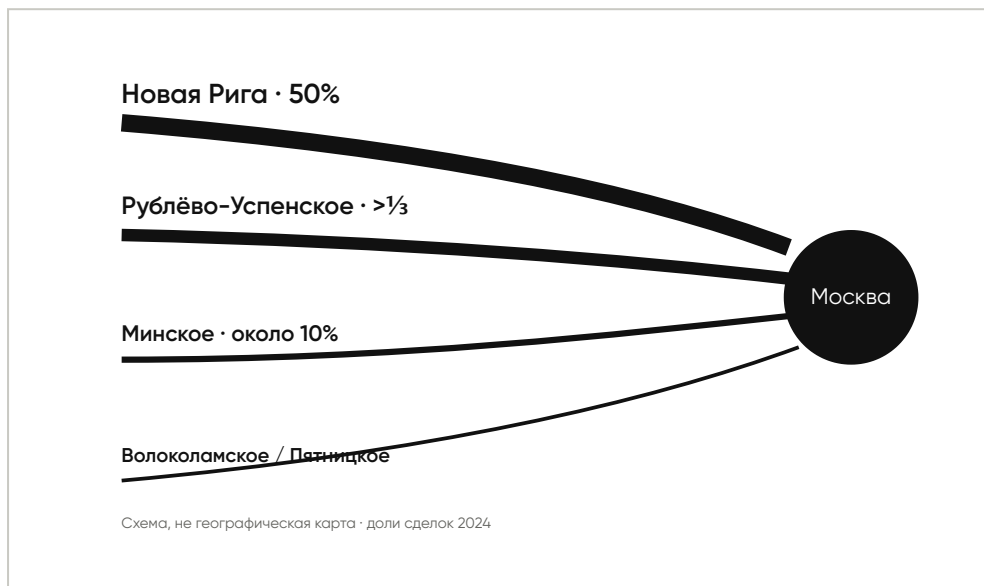
Q1 supply • H1 sales

Предложение		815
Сделки H1		110

Спрос вернулся, высокий запас
сохранился.

ГЕОГРАФИЯ • ЗАПАДНЫЙ PREMIUM-КОРИДОР

Новая Рига — центр объёма и конкуренции



01 Новая Рига

72% первичного elite-предложения на конец 2025. Максимальная глубина выбора — и риск раствориться в категории.

02 Рублёво-Успенское / Ильинское

Зрелая дорогая вторичка, приватность и дефицит нового продукта.

03 Минское / Можайское

Близость, готовая среда и приватность как продуктовый аргумент.

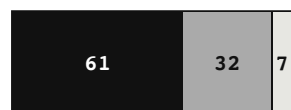
04 Волоколамское / Пятницкое

Более доступный вход; конкуренция через готовность, воду и инженерное качество.

ПРОДУКТ • ЧТО ПОКУПАЛИ

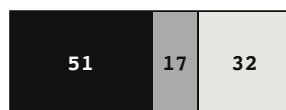
Земля остаётся ядром, но формат спроса меняется

2025 • 209
СДЕЛОК



■ участки ■ коттеджи
□ таунхаусы

Н1 2026 •
110 СДЕЛОК



■ участки ■ коттеджи
□ таунхаусы

PRIMARY PREMIUM • 2025

Коттедж
162 млн ₽
429 м² · 12,6 сотки
Только 25% сделок с
отделкой

PRIMARY PREMIUM • 2025

Участок
76 млн ₽
17,7 сотки
4,5 млн ₽ за сотку

SECONDARY • 2025

Коттедж
459 млн ₽
752 м² · 27,5 сотки
79% сделок с отделкой

ПОКУПАТЕЛЬ • ДВА РАЗНЫХ EVIDENCE-LAYER

Фильтры выбора и риски после покупки

Что измеряют опросы

Покрывание тем в 6 национальных источниках

N = 6

Локация / транспорт		6/6
Цена / бюджет		5/6
Инфраструктура		5/6
Природа / экология		5/6
Школа / соц. среда		≤4/6
Архитектура		4/6
Готовность		3/6

Это частота наличия темы в источниках, не доля покупателей и не importance ranking.

Что всплывает в опыте

42 смысловые единицы смешанного корпуса

N = 42

Маршрут		19,0%
Сервис / платежи		11,9%
Цена / бюджет		9,5%
Инженерия		9,5%
Инфраструктура		7,1%
Готовность		7,1%
Природа		7,1%

Целевой отбор и primary-code bias. Это генератор вопросов для интервью, не частота причин покупки.

АУДИТОРИЯ • СИТУАЦИИ РЕШЕНИЯ

Не четыре демографии — четыре задачи покупателя



S1

Заехать без стройки

Готовый переход в новую повседневность.

Нужны полный бюджет, дата передачи, гарантия и проверенный маршрут.

S2

Построить без хаоса

Индивидуальность без управления подрядчиками.

Нужны участок + проект + технадзор + понятный cash need.

S3

Второй дом без второй работы

Эпизодическое использование с сервисом.

Нужны удалённый контроль, housekeeping и аварийный SLA.

S4

Сохранить ликвидность

Покупатель заранее думает о выходе.

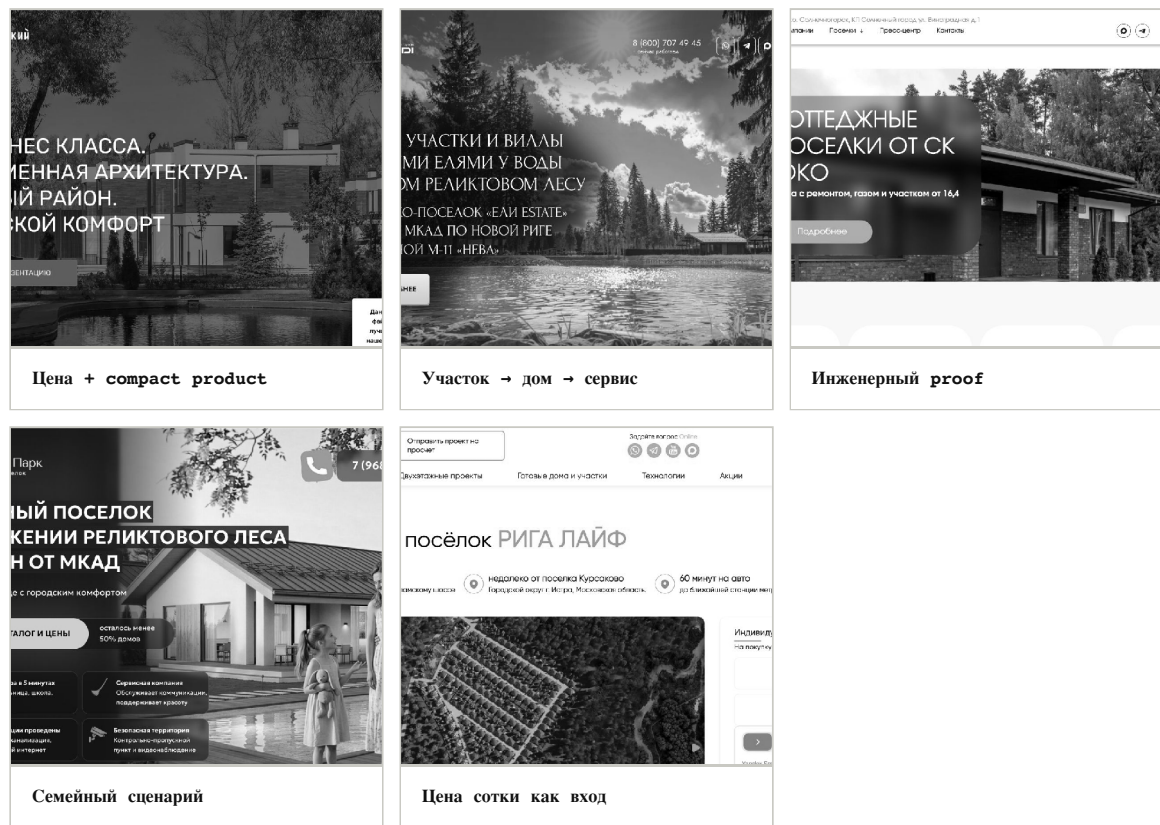
Нужны история цены, срок экспозиции и вторичные сделки.

КОНКУРЕНТЫ • 29 ПРОЕКТОВ

От compact business до de luxe и зрелой ВТОРИЧКИ

01 Первый Пионерский	02 Рига Лайф	03 ELI Estate
04 Sysoevo Park	05 ЮКО · Солнечный город	06 ЮКО · Дивный лес
07 ЮКО · Пятница Берег	08 ЮКО · Курилово Лайф	09 Riga Holiday
10 Nordic	11 Павловы Озёра	12 Ренессанс Парк
13 Millennium Park	14 Monteville	15 Madison Park
16 Шервуд	17 Greenfield	18 Futuro Park
19 Park Avenue	20 Park Fonte	21 Ruza Family Park
22 Успенский лес	23 Азарово	24 Рублёво-Успенский
25 Дарьино-Успенское	26 Берёзки River Village	27 Maslovo Forest Club
28 Западная Резиденция	29 Павлово	

Матрица фиксирует продукт, публичную цену, готовность, proof и СТА. Не рейтинг продаж.



Пять механик, не пять лидеров продаж. Для честного top bought нужны сделки по проектам, contract price и срок экспозиции [VERIFY].

КОММУНИКАЦИЯ • 17 СОХРАНЁННЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ

Все обещают похожее. Мало кто помогает выбрать.



13/17 поверхностей ловят контакт

6/17 дают сигнал каталога, прайса или списка свободных

0/17 полноценных калькуляторов найдено в сохранённом тексте

N=17 — страницы, не полные сайты. Regex фиксирует лексику, не качество продукта и не конверсию.

МАРКЕТИНГОВЫЙ ТЕЗИС

Продавать не локацию. Продавать управляемость решения.



01	Доступный лот	ID, площадь, участок
02	Итоговая цена	Без звонка и ловушки «от»
03	Комплектация	Входит / не входит
04	5 статусов	Дом, сети, дороги, среда, документы
05	Инженерный proof	Акты, мощности, скрытые работы
06	TCO + SLA	УК, эксплуатация, ответственность
07	Предметный визит	Проверить сценарий жизни

Азарово

Лотовый каталог

ЮКО

Инженерная конкретика

ELI Estate

Путь к своему дому

Nordic

Проба жизни

Sysoevo

Сценарий → визит

Первые тесты — ближе к продукту и сделке

H1 • Demand test Сценарий до утверждения продукта Приоритетный обратимый тест	H2 • Product A/B Готовый compact vs земля + подряд Приоритетный обратимый тест	H3 • Shortlist Конкретные лоты без gated PDF Приоритетный обратимый тест	H4 • Proof room Пять статусов готовности Приоритетный обратимый тест
H5 • TCO Полный бюджет входа и владения Приоритетный обратимый тест	H7 • Первый экран Креатив по ситуации решения Приоритетный обратимый тест	H8 • Визит Главный conversion event Приоритетный обратимый тест	H11-12 • Experience Trial stay + сервисные SLA Приоритетный обратимый тест
H6 • Изохроны После маршрутных замеров Подключать после данных / baseline	H9 • Response SLA После baseline отдела продаж Подключать после данных / baseline	H10 • Техосмотр Для готовых дорогих домов Подключать после данных / baseline	H13 • Matched pricing После истории лотов Подключать после данных / baseline
H14 • Gate очереди До нового CAPEX Подключать после данных / baseline	DATA • Buyer truth Интервью + CRM + отказники Подключать после данных / baseline		

Главное ограничение: без локальных сделок, CRM и интервью нельзя

назвать маркетинговый тезис доказанным спросом. Следующий шаг — критерии успеха, baseline, риски и правила решений — в полном коммерческом playbook. Никакого uplift до теста не обещается. выбрать один продукт и проверить одну ситуацию решения.