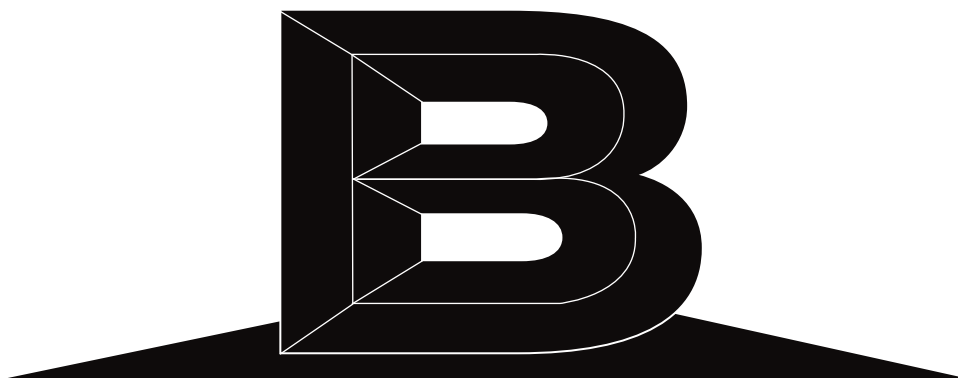


*ВЛАДЕЛЕЦ СЕТИ «ТЕРМОЛЭНД»
И ГК «ОСНОВА» 52-ЛЕТНИЙ
АЛЕКСАНДР РУЧЬЕВ СЧИТАЕТ,
ЧТО ПОХОДЫ В БАНЮ МУЖСКОЙ
КОМПАНИЕЙ УХОДЯТ В ПРОШЛОЕ*

Баня по-белому

КАК БЫВШИЙ ВЛАДЕЛЕЦ ГИГАНТСКОГО ЗАСТРОЙЩИКА «МОРТОН» СОЗДАЛ В РОССИИ СЕТЬ ТЕРМАЛЬНЫХ КОМПЛЕКСОВ, ВСТРАИВАЯ ИХ В ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ.



Встречу с корреспондентом Forbes владелец ГК «Основа» Александр Ручьев назначил практически в своей альма-матер — технопарке «Физтех», которым управляет последние 10 лет. В 1997 году он окончил Московский физико-технический государственный университет (Физтех), факультет аэрофизики и космических исследований. Но, не увидев перспектив в науке, пошел в бизнес и основал с друзьями компанию «Мортон», ставшую крупнейшим в столичном регионе девелопером.

ТЕКСТ:
ТАТЬЯНА РОМАНОВА
ФОТО:
КСЕНИЯ ИНБЕРС
ДЛЯ FORBES

Компания «Мортон» вошла в современную историю девелопмента не только масштабными стройками, но и грандиозными скандалами. Сегодня Ручьев производит впечатление человека сдержанного и уставшего. На стенах офиса — иконы и гобелены на религиозную тематику. «Душу мне греет религия. Бог. А все остальное меня расстраивает», — мрачно говорит бизнесмен.

Оживляется он, когда речь заходит о термах. Из окон кабинета виден предмет особой гордости Ручьева — один из спа-комплексов «Термолэнд». «Наша задача была создать такие центры, куда можно было бы прийти всей семьей, отдохнуть, поплавать и перекусить», — говорит Ручьев. — Вот ваш супруг ходит с друзьями в баню, да? А должен с вами ходить! И детей с собой брать! У нас в «Термолэнде» любые возможности есть: муж в бане, жена на массаже, дети в бассейне, но все вместе и все счастливы». Бизнесмен и сам раз в неделю посещает этот ставший для него домашним курорт. Всего у него 15 «Термолэндов», их годовая выручка превысила 5 млрд рублей. Какими были эти 10 лет после продажи «Мортон» для Ручьева и как «Основа» стала лидером на рынке городских термальных курортов?

Сделка века

В сентябре 2016 года на московском рынке недвижимости состоялась «сделка века», по крайней мере, так оценивали ее столичные риелторы. Крупнейшую в Москве и области строительную компанию «Мортон», лидера по вводу жилья в России, купил совладелец группы ПИК Сергей Гордеев. Тогда его компания была лишь третьей по вводу жилых помещений. «Мортон» в рейтинге Forbes «200 крупнейших частных компаний России — 2016» занимала 122-е место. По данным INFOLine, компания Ручьева в 2015 году построила 1 млн кв. м недвижимости.

О причинах слияния «Мортон» и ПИК стороны предпочитали не распространяться. Но слухов на рынке о финансовых трудностях ГК «Мортон» было предостаточно: говорили и о долге более чем на 20 млрд рублей, и о том, что регулярный демпинг довел компанию чуть ли не до банкротства.

«Душу мне греет религия. Бог. А все остальное меня расстраивает»

На момент сделки активы «Мортон» включали в себя объекты коммерческой недвижимости (200 000 кв. м), реализуемые и многообещающие девелоперские проекты в Москве и Подмоскovie (строительство 5,3 млн кв. м жилья в перспективе пяти-семи лет), земельный банк размером 1000 га, а также завод по производству панелей «ДСК «Град».

Основное преимущество «Мортон», позволившее компании достигнуть лидирующей позиции по объемам строительства и продаж в России, — высокие темпы работ и сравнительно низкая себестоимость реализации жилья, считают эксперты. «Такой результат был обусловлен наличием собственного домостроительного комбината, что сделало «Мортон» настоящим девелопером полного цикла», — считает управляющий директор компании «Метриум» Руслан Сырцов. Кроме того, по его словам, даже комплексы класса стандарт от застройщика «Мортон» опережали время. «Еще до сделки с ПИК девелопер активно инвестировал в социальную инфраструктуру и одним из первых в стране начал применять BIM-технологии (формирование трехмерных моделей проектов, позволяющих детально учитывать все параметры будущего здания)», — говорит Сырцов. Свою роль сыграло и активное участие в проектах частно-государственного партнерства: «Мортон» строил масштабные кварталы для Минобороны и МВД.

Сумму сделки стороны не раскрывали. Но охотно говорили об операционных показателях деятельности «Мортон»: выручка в 2015 году — 59,2 млрд рублей, планируемая выручка в 2016 году — более 70 млрд рублей. Чистый долг компании составлял 22–24 млрд рублей. «Компания «Мортон» в хорошем финансовом положении и имеет сбалансированный кредитный портфель, полностью обеспеченный залогами, — говорил в 2016 году Forbes представитель Гордеева. — Чистая задолженность ГК «Мортон» находится на достаточно низком уровне для компании с выручкой порядка 70 млрд рублей».

Позднее из отчетности ГК ПИК стало известно, что сумма сделки без учета долга составила

11,7 млрд рублей (около \$190 млн), а Гордеев сообщил Forbes, что ничего не заработал на ней. «Мое намерение [купить «Мортон»] совпало с желанием Александра [Ручьева] сосредоточиться на других направлениях бизнеса», — говорил Гордеев.

«Мортон» был не только крупнейшей компанией, но и участником скандалов. В Балашихе его обвиняли в загрязнении реки Пехорки. Там же компания собиралась вырубить березовую рощу. Против проекта комплексной застройки «Мортон-Града» в Ильинском-Усове (10 км от МКАД по Новорижскому шоссе) активно выступал глава подмосковного отделения Всероссийского общества охраны памятников истории и культуры Евгений Соседов, он обвинял компанию в намерении возвести целый город на 60 000 жителей в заповедной зоне, вплотную к усадьбе Архангельское. В компании утверждали, что заповедной зоны на территории строительства нет, а усадьба находится в 3,5 км. Тем не менее проект был отправлен на доработку, этажность и площадь уменьшили, а Соседов жаловался на поступающие ему угрозы. В Москве «Мортон» оказался в центре конфликта из-за сноса здания (более 6000 кв. м) на Красноказарменной улице.

Сегодня Ручьев говорит о продаже «Мортон» неохотно. «Что там вспоминать? Сергей [Гордеев] был прав, говоря в одном из интервью: «Совпали желания». Я понимал, что время большого девелопмента заканчивается, в сфере строительства достиг всего, чего хотел. Так что решил: пока есть возможность, надо продать бизнес. В итоге оказался прав. Так жизнь показала. К слову, ПИК был не единственный, были еще покупатели, просто Сергей оказался быстрее и комфортнее с точки зрения договоренностей», — рассказывает Ручьев.

Четких планов, куда вложить деньги после сделки, не было, говорит Ручьев, но девелопмент не исключался. После продажи бизнесмен сохранил 60 000 кв. м коммерческой недвижимости: первые этажи в ряде микрорайонов «Мортон» и несколько ТЦ районного формата. Под управлением компании был и технопарк «Физтех» площадью 30 000 кв. м на Долгопрудненском шоссе.

Эти объекты вошли в портфель ГК «Основа», зарегистрированной, по данным СПАРК, еще до сделки с ПИК в июне 2016 года. Ее владельцами стали Александр Ручьев и топ-менеджеры «Мортон» Олег Колченко и Егор Храмов. Но СМИ продолжали рассказывать о планах Ручьева в разных сферах бизнеса. Говорили о технологичных проектах «с потенциалом выхода на рынки стран Азии, например Индии». Агентству RNS сам Ручьев рассказывал, что созданная им «Основа» будет заниматься выпуском композиционных материалов. Он даже не исключал, что пойдет на государственную службу, если поступит предложение.

«У самураев есть неписанный этический кодекс бусидо, один из основополагающих тезисов которого звучит так: «У самурая нет цели, есть только путь», — говорит партнер и директор департамента инвестиций и земельных активов компании Ricci Петр Виноградов. — Александр Ручьев — случай, когда и самурай интересен, и цель».

МУЖСКАЯ
РАЗДЕВАЛКА

ЖЕНСКАЯ
РАЗДЕВАЛКА

termoland

Женская раздевалка
Вход в комнату

ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ В ОДИН
«ТЕРМОЛЭНД» СОСТАВЛЯЕТ
ОТ 800 МЛН ДО 1,5 МЛРД РУБЛЕЙ

Стройка не отпущала

Уже через пару месяцев после сделки с ПИК столичные девелоперы заговорили о том, что ГК «Основа» ищет площадки под строительство жилья. Причем особый интерес группы компаний вызывали небольшие проекты в Москве с разрешительной документацией.

О запуске двух первых жилых проектов в Москве «Основа» объявила, правда, только летом 2017 года. Один — общей площадью более 20 000 кв. м в Текстильщиках (около 18 000 кв. м — жилье), инвестиции в него составили около 1,5 млрд рублей. Другой проект — многофункциональный комплекс на 38 000 кв. м на Садовом кольце, на пересечении улиц Академика Сахарова и Садово-Спасской. Здесь «Основа» выступила девелопером и соинвестором, вложив в проект 4,5 млрд рублей. По словам представителя «Основы», уже через год выручка компании выросла в три раза и составила 7,43 млрд рублей. Всего, по данным на 2018 год, в девелоперском портфеле компании на разных стадиях реализации находилось уже 14 жилых проектов: 10 объектов общей площадью 500 000 кв. м жилья в Москве и области, два жилых проекта в Чехии и два — в Германии. Среди московских проектов — ЖК «Грани» на юго-востоке и комплекс апарт-апартаментов RED7 в центре столицы.

Принципы деятельности ГК «Основа» кардинально отличались от стратегии «Мортон», считают эксперты. «Основа» сосредоточена на реализации жилья бизнес-класса и вы-

домостроение, экономика массмаркета, работа на окраинах), то после выхода из «Мортон» он перешел в совершенно другую плоскость — в бизнес- и бизнес-плюс-девелопмент в Москве. «На мой взгляд, Ручьев состоялся как эффективный предприниматель, заново отстроивший себя в новой нише. Это уже не про масштаб любой ценой, а про точный, качественный девелопмент», — говорит он.

По мнению Сырцова, самый известный и яркий проект «Основы» — премиальный комплекс RED7. Здание построено по проекту известного нидерландского бюро MMRDV, это первый в Москве дом в духе «пиксельной» архитектуры.

Были и другие, не связанные с недвижимостью проекты. Летом 2017-го Ручьев стал соучредителем блокчейн-акселератора ICO Lab Ecosystem. Он был создан для инвестирования в проекты на блокчейне, предоставления услуг краудфандинг-площадки, управления портфелями токенов инвесторов, писали «Ведомости», структура платформы состояла из нескольких фондов, конкурирующих друг с другом за возможность финансировать перспективные проекты.

«Это был первый год деятельности компании, — вспоминает Ручьев. — Мы еженедельно отсматривали десятки предложений и заявок от стартапов, ищущих инвесторов. Мы оценивали их перспективы, проводили тренинги-соревнования (хакатоны), содействовали в привлечении инвестиций в самые перспективные из них через краудфандинг. В работе было несколько десятков стартапов».

Все изменилось в 2022 году. От зарубежных девелоперских проектов — в Испании, Чехии и Германии — пришлось отказаться. Компания успела реализовать лишь один из них: в 2021 году был введен в эксплуатацию проект Valentinka Residence в Праге.

Пришлось отказаться и от всех блокчейн-стартапов. «Русские теперь не могут заниматься блокчейном. В России не могут, потому что законодательства нет, а в мире — потому что русские. Единственный проект, который у нас выстрелил и работает до сих пор, — компания «Цифровые технологии ритейла» (ЦТР). В прошлом году мы выиграли конкурс, который проводила X5, и создали для «Перекрестка» ценники с экраном из жидкой бумаги для динамического ценообразования. Сейчас покажу», — рассказывает Ручьев. Всю заднюю стену его кабинета занимает огромный открытый стеллаж, где, помимо икон и произведений искусства, стоит множество странных вещей. С полки бизнесмен снимает несколько абсолютно плоских мониторов разных форматов — ценники. «Я много чего храню. Хотел уж пошутить, что, когда «Заманией» занимался, тут батут стоял. А вот смотрите, какой артефакт. В рамках «Клаустрофобии» мы голололомки придумывали, вот квест остался», — улыбается Ручьев и протягивает большую деревянную разборную сферу.

Неудачные инвестиции

Интерес к досуговой инфраструктуре, по словам Ручьева, возник неслучайно. «Мы увидели в этом секторе большой потенциал роста, причем не только в России, но и за рубежом. Поэтому у нас появились сеть детских парков развлечений «Замания» и сеть челлендж-парков «Клаустрофобия».

3,5 млн человек посетили городские курорты «Термолэнд» в 2025 году

ше. Долгое время компания активно строила апарт-комплексы, по инженерно-техническим параметрам соответствующие жилым объектам. Более того, ГК «Основа» повлияла на повышение правового статуса владельцев апарт-апартаментов, считавшихся коммерческими помещениями. «Именно в проекте «Основы» MainStreet резиденты впервые в России смогли оформить временную регистрацию в апартаменты, чему поспособствовала управляющая компания, аффилированная с девелопером», — рассказывает Руслан Сырцов.

По мнению Петра Виноградова, если раньше сильной компетенцией Ручьева было управление масштабом (огромные объемы, панельное

Интересные, дерзкие проекты были», — говорит Ручьев. ГК «Основа» стала совладельцем 30% сети семейных парков развлечений «Замания» в декабре 2017 года. Ее основной владелец Павел Ковшаров говорил, что выручил за долю в бизнесе «около \$40–50 млн».

Основанная в ноябре 2015 года «Замания» управляла в Москве и Московской области десятью одноименными парками и одним под брендом Kidzrock. Парки в крупных ТЦ предлагали аттракционы для детей младшего возраста: скалодром, тубинг, лабиринт, батуты. Финансовые показатели «Замании» не раскрывались.

В планах партнеров было открыть за следующий после сделки год около 15 центров в Москве и регионах, говорил РБК Ковшаров. К 2020 году сеть должна была увеличить количество парков в России еще на 67, рассматривали возможность открытия семейного центра развлечений в США. Инвестиции в каждый центр (площадью 2000–3500 кв. м) оценивались от 50 млн до 80 млн рублей.

Планам не суждено было сбыться. «Эта инвестиция оказалась неудачной», — говорит Ручьев. — Владельцы «Заманий» выкупили у меня долю обратно. Они просто проиграли битву за будущее своему главному конкуренту — сети семейных парков Joki Joys. Эти намного масштабнее». На начало 2026 года у Joki Joys более 20 центров в России, у «Замании» — в два раза меньше.

Еще одним развлекательным активом Ручьева была сеть квест-клубов «Клаустрофобия», которую в 2013 году основали Богдан Кравцов, Тимур Кадыров и Сергей Кузнецов. В 2019 году бизнес был выставлен на продажу за 80 млн рублей, и Ручьев купил компанию. Сеть была представлена двумя юрлицами — ООО «Клаустрофобия — В» и ООО «Серьезные игры». Обе компании по итогам 2024 года отчитались о финансовых результатах с нулевой выручкой, чистый убыток «Серьезных игр» составил 121,7 млн рублей.

«Мы владели «Клаустрофобией» довольно долго, около семи лет, и продали летом 2025 года, — поясняет Ручьев. — Помимо России, сеть развивалась в Испании и Дубае. Мы хотели открываться по всему миру. Но в 2022 году мир изменился. Теперь наш мир — это большая и необъятная Россия. К тому же население перешло в режим экономии. Такие развлечения перестали быть востребованными, а для нас этот бизнес перестал быть целесообразным». В прошлом году «Клаустрофобию» продали ее конкуренту — GrimTeam.

«Каждый развлекательный проект мы всегда рассматривали с точки зрения его дальнейшего тиражирования и потенциальной успешности, — рассказывает основатель «Мортон». — К примеру, в чем была проблема «Заманий»? В том, что мы владели лишь частью бизнеса и не могли в полной мере влиять на стратегию. В какой-то момент стало ясно: бизнес идет не туда. Тогда мы избавились от него. «Клаустрофобия» тоже была рассчитана лишь на определенную категорию посетителей, и после 2022 года мы не могли надеяться на запланированное международное развитие. Так что приоритетом для нас стал проект, который рассчитан на всю семью, а не только на детей. Таким проектом стали городские курорты «Термолэнд».

«Русские теперь не могут заниматься блокчейном. В России не могут, потому что законодательства нет, а в мире — потому что русские»

Формула семьи

«Ручьев очень точно уловил тренд на внутренний туризм. При нашем климате людям нужен качественный релакс круглый год», — говорит Петр Виноградов.

Российский рынок термальных комплексов формируется в течение последних 10 лет, рассказывает партнер NF GROUP Ольга Широкова. Развитию способствует рост внутреннего туризма. По ее словам, раньше такие заведения были частью инфраструктуры баз отдыха или отелей, сегодня они входят в составы ТЦ и строятся как отдельные объекты.

По данным NF GROUP, на конец 2025 года в России функционировало 76 термальных комплексов общей площадью 460 000 кв. м. Лидируют пять сетевых операторов, на которых приходится 50% рынка: «Термолэнд» Ручьева (15 объектов, в Москве, области и шести других регионах, контролирует около 30% рынка), «Баден-Баден» (пять объектов, в Курганской, Свердловской и Челябинской областях), «Городские термы» (три, в Удмуртии, Самарской области и Татарстане), «Термы Наутико» (три, в Московской области и Севастополе) и Green Flow (два, в Санкт-Петербурге и Краснодарском крае). К концу 2026 года доля лидеров увеличится до 58%, прогнозируют в NF GROUP.

Идея «Термолэнда» возникла у партнера Ручьева Егора Храмова лет 10 назад. «Он был в отпуске на водах, где-то вроде Баден-Бадена. Вернулся и сказал, что нашел супербизнес, где люди платят за время пребывания на курорте и там получают сервис, равнозначный турецким all inclusive. Потом мы объездили десятки стран в Азии и Европе, везде посещали разные спа и бани», — вспоминает Ручьев.

Итогом стал появившийся в 2019 году первый термальный комплекс «Термолэнд» в ТЦ «РИО Севастопольский». Инвестиции составили около 350 млн рублей. И партнеры сразу совершили все возможные ошибки, признает Ручьев. «Комплекс был построен без уличной

ТЦ активно размещают у себя термы, чтобы заполнить освободившиеся после ухода западных арендаторов площади и повысить посещаемость

зоны, в цокольном этаже, ошиблись с количеством бань и купелей, намучились с распределением воды и электричества. Так еще и сразу после открытия пандемия началась. В конце концов он оказался банально маленьким — всего 2800 кв. м. Сегодня-то мы понимаем, что оптимальная площадь наших проектов — от 6000 кв. м и выше», — говорит он.

Строительство водных комплексов сильно отличается от классического девелопмента, поясняет Ручьев: «Продукт очень сложный, в нем много специфических технологий. Системы водоподготовки, климат-контроля, нагревания печей, усиленная пожаробезопасность, меры безопасности в бассейнах. У нас в России, если что случится, ответственность будет на всех, вплоть до основателей бизнеса».

Водные объекты в торговых центрах были и раньше, например аквапарки, рассказывает Широкова из NF GROUP, но они, как правило, проектировались вместе с ТЦ. «В готовых объектах, где изначально термы не предполагались, для их появления производится реконцепция. Это сложнее, чем реализовать проект с нуля, и предполагает определенные компромиссы в концепции, но с учетом дорогой новой стройки все равно эффективно», — рассуждает она.

Сегодня торговые центры активно размещают термы, чтобы заполнить освободившиеся площади и повысить посещаемость. «После ухода зарубежных ретейлеров возник дефицит арендаторов. Термы же привлекают трафик круглый год, включая будние дни, сочетая оздоровление, отдых и развлечения для семей. Они увеличивают время пребывания посетителей в ТЦ, стимулируя покупки и потребление услуг, еды, шопинг», — говорит Широкова.

Среди удачных примеров взаимодействия «Термолэнда» и ТЦ два объекта Malltech — в ТРЦ «Планета» в Новокузнецке и в ТРК «Лето» в Санкт-Петербурге площадью около

10 000 кв. м каждый. «Термолэнд» как крупный всесезонный досуговый арендатор с 2025 года органично дополняет концепцию современного торгового центра, он добавил нашим проектам 9% трафика», — говорит коммерческий директор Malltech Мария Дриц. По ее словам, при выборе площадей под «Термолэнд» нужно было учесть ряд базовых критериев: пространство должно подходить под размещение масштабной открытой зоны, а техническая инфраструктура — отвечать требованиям арендатора по энергоснабжению. Да и инженерная адаптация площадей под формат термального комплекса стала нетривиальной задачей, рассказала Дриц: «Например, купели создают нетипичные нагрузки на перекрытия, поэтому мы уделили особое внимание точному расчету нагрузок и усилению несущих конструкций здания».

Инженерные конструкции не самая большая проблема. «У нас в России уникальная бизнес-модель, — рассуждает Ручьев. — Ты должен заработать денег, заплатить сумасшедшие налоги и отдать банкам стоимость кредитов. На круг до 60% от выручки выходит. Еще заплатить зарплату сотрудникам. А себе оставить только мечту».

Исторически в России приняты стандартные банные процедуры в среднем раз в неделю, говорит бизнесмен. «Наша задача — выйти из категории стандартных бань, стать досуговым многофункциональным центром. Чтобы все члены семьи приходили вместе. Кто-то принимает грязевые ванны, кто-то наносит пептиды. У нас несколько научно-исследовательских лабораторий разрабатывают формулы косметики. Есть собственный запатентованный продукт Evobiotics с интеллектуальным пептидным компонентом», — рассказывает Ручьев. В «Термолэнде» есть купели с магнием, солевые и с йодом, шунгитовые пляжи с искусственным солнцем. «Вот она, формула семьи. А все эти «просто бани» ненадолго. В России тех, кто может терпеть жесткий пар, становится все меньше. 80% горожан находятся в хроническом стрессе, иммунные функции страдают. Сходил в баню и заболел. Постепенно хайп этих «бань для металлургов» сойдет на нет», — уверен Ручьев. Верит бизнесмен и в привлечение удачи. В центре каждого комплекса есть пещера, в ней — свой артефакт, исполняющий желания. «В «Физтехе» это лягушка премудрости. В Новокузнецке у нас молот Демиурга, а в Путилково — гном, хранитель подземных путей», — рассказывает Ручьев.

Сегодня сеть «Термолэнд» включает 15 комплексов совокупной площадью почти 140 000 кв. м. Средний объем инвестиций в каждый проект оценивается от 800 млн до 1,5 млрд рублей, срок окупаемости — три года.

«За прошлый год наши городские курорты посетило более 3,5 млн человек, а ежемесячная средняя выручка комплексов составила 450 млн рублей, это в 3,6 раза больше, чем в 2024 году. Объем выручки всей сети по итогам 2025 года превысил





5,3 млрд рублей», — рассказывает Ручьев. Прибыль предприниматель не раскрывает. В планах на 2026 год — открыть еще три проекта общей площадью более 33 000 кв. м. «Термолэнд» появятся в подмосковном Щелково, Ростове-на-Дону и Красноярске. Начнется строительство еще четырех городских курортов: в районе Мурино в Санкт-Петербурге, в подмосковном ТРЦ «Мега Белая Дача» и в Люберцах, а также в Смоленске. «У меня большие надежды на Мурманск. Там будет первый арктический термальный комплекс за полярным кругом. Знаете, есть поверье, что те, кто отдохнул в Мурманске, а потом зачал ребенка под северным сиянием, — у тех ребенок родится космически чудесный», — то ли шутит, то ли всерьез говорит бизнесмен.

Рынок в ближайшие пять лет ждет масштабное расширение, полагают эксперты. По данным NF GROUP, «Термолэнд» готовится удвоить число своих точек (их может стать более 30), число «Городских терм» превысит 10, еще по пять объектов обещают открыть «Баден-Баден» и Green Flow.

Места хватит всем — участники рынка работают в смежной нише, но не являются прямыми конкурентами, считает основатель и генеральный директор проекта Green Flow Александр Тертычный. «Философия проектов и аудитория разные. «Термолэнд» — качественный массовый продукт. Они создали сеть комплексов, куда можно прийти большой

компанией или с детьми, активно провести время. Green Flow — про осознанное восстановление и глубокую перезагрузку. К нам приходят за тишиной и системным результатом: снижением стресса, нормализацией сна, возвращением энергии», — рассказывает он.

Сегодня в стадии реализации у Green Flow крупные отельно-курортные комплексы на Байкале, в Калужской области, на Сахалине, Камчатке, в Хибинах и на Итурупе. Кроме того, в этом году компания откроет термальный комплекс «Green Flow Скандинавия» в Новой Москве. Инвестиции — 1,5 млрд рублей.

«Рынок термальных комплексов в среднем по России еще далек от насыщения. По итогам 2025 года термы представлены лишь в 31 регионе России», — говорит Ольга Широкова.

«Ручьев тонко чувствует настроение аудитории. Продолжает развиваться в девелопменте, запускает проекты на стыке IT и недвижимости, остается в игре. Для меня это история о том, что можно пройти большой путь, сменить масштаб и продукт и при этом остаться успешным», — говорит Петр Виноградов. ■