

I полугодие 2023 г.

# Торговая недвижимость Торговые центры

Россия | Москва

**Таблица 1**

Основные индикаторы рынка

Источник: Nikoliers

	П1 кв. 2020	П1 кв. 2021	П1 кв. 2022	П1 кв. 2023*
<b>Объем существующих площадей на конец периода, млн кв. м</b>	7,6	7,8	8,0	8,0
<b>Новое предложение за период, тыс. кв. м</b>	283,0	92,2	25,5	46,3
<b>Количество открытых ТЦ, штук</b>	4	4	3	3
<b>Уровень вакантности, %</b>	10,2	10,5	13,0	13,5
<b>Обеспеченность площадями, кв. м на 1 000 человек**</b>	599	613	616	613

\*С I кв. 2023 г. применяется новая методика расчета объема существующих площадей и обеспеченности площадями (скорректирован охват по городам-спутникам Москвы).

\*\*Данные за 2022-2023 гг. были скорректированы с учетом итогов Всероссийской переписи населения, состоявшейся в октябре-ноябре 2021 года.

## Предложение

Новое предложение качественных торговых площадей в Москве и городах-спутниках по итогам I полугодия 2023 г. составило 46,3 тыс. кв. м (GLA) за счет открытия трех торговых центров, что почти в два раза больше объема ввода за аналогичный период прошлого года. По нашим оценкам, за I полугодие текущего года ввелось порядка 17,2% от ожидаемого объема площадей, тогда как за следующие шесть месяцев планируется открытие еще порядка 20 качественных торговых объектов, суммарной арендопригодной площадью 222,9 тыс. кв. м.

Средняя площадь новых торговых объектов в 2023 г. составляет 11,7 тыс. кв. м. По аналогии с прошлым годом сохраняется тренд на реализацию торговых центров небольшого размера форматов «районный» и «окружной». Наиболее представленным девелопером в текущем году остается ADG Group – порядка 10 объектов из заявленных к вводу будут реализованы этим застройщиком.

**График 1**

Динамика ввода торговых площадей в Московском регионе, 2014–2023П гг.

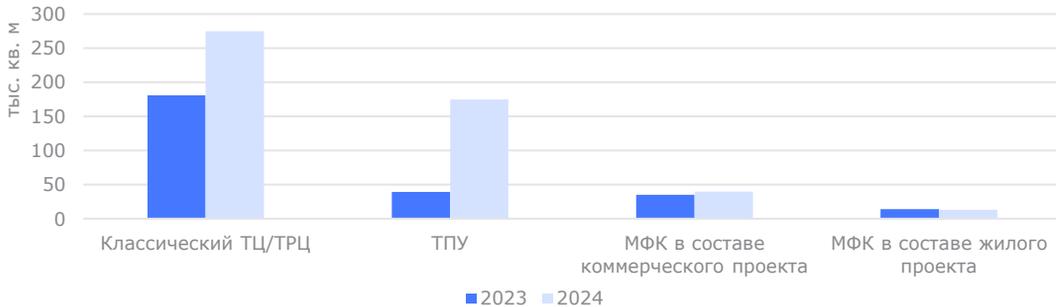
Источник: Nikoliers



**График 2**

Структура предложения будущих ТЦ, 2023 - 2024 гг.

Источник: Nikoliers



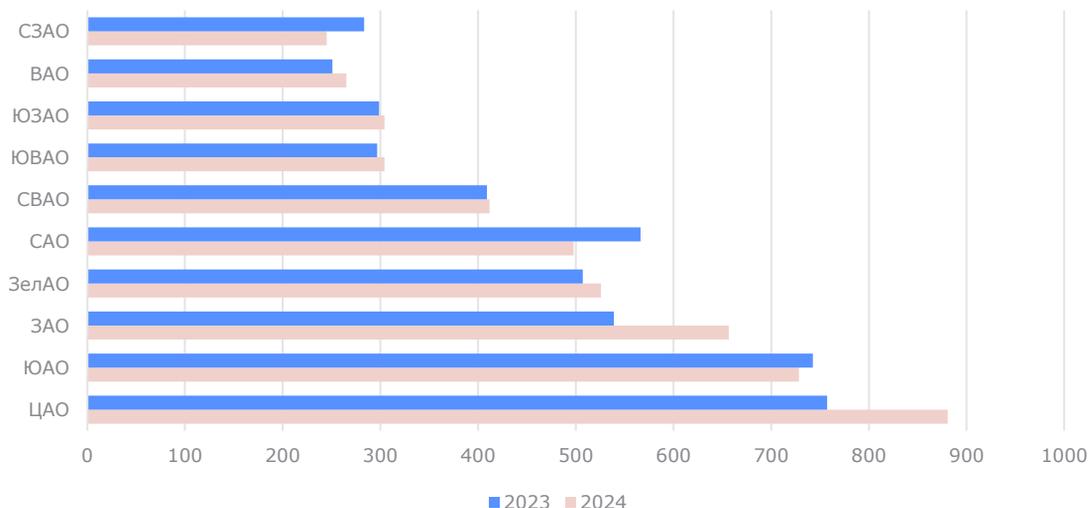
Структура нового предложения становится все более разнообразной: помимо классических торговых центров с развлекательной составляющей на рынок вводятся торговые галереи в составе других сегментов недвижимости. Например, ТЦ «Сиеста» в составе жилого комплекса «Испанские кварталы», который принял первых посетителей уже в I квартале 2023 г., или торговая галерея в составе ТПУ «Селигерская», открытие которой ожидается в 2024 г. Если в 2023 г. доля классических торговых центров в объеме ожидаемого ввода составляет 67,2%, то в 2024 г. мы увидим снижение данной доли до 54,7%, в то время как процент торговых площадей в составе ТПУ вырастет почти в 2,5 раза и достигнет отметки в 34,8%. По нашим оценкам, в 2023 г. будет открыто три торговые галереи в составе ТПУ, а в следующем году только две, но большей площадью.

Обеспеченность торговыми площадями внутри Москвы также претерпевает определенные изменения. Учитывая прогнозируемый ввод жилья в административных округах Москвы по выпущенным проектным декларациям, ожидается, что с 2023 по 2024 г. столица пополнится 12,3 млн кв. м жилья, что приведет к увеличению населения в отдельных административных округах города. Как результат, основные изменения коснутся СЗАО и САО, где на фоне роста объемов жилья и сокращения объема ввода новых ТЦ будет сокращаться и обеспеченность. Напротив, в 2024 г. за счет ввода новых торговых комплексов существенно вырастет обеспеченность торговыми площадями в ЦАО (+123,2 ед.) и ЗАО (+117,6 ед.).

**График 3**

Обеспеченность и распределение торговых площадей по административным округам г. Москвы в 2023 vs 2024, кв. м на 1000 чел.

Источник: Nikoliers



## Спрос

После ухода ряда иностранных ритейлеров оставшиеся на рынке российские и зарубежные бренды проводят политику активного развития. Так, Melon Fashion Group анонсировал открытие более 200 магазинов за предстоящий год. Gloria Jeans рассчитывает увеличить количество магазинов на 130 точек. Noun планирует открыть 25 своих и 10 партнерских магазинов в 2023 г., а в 2024 г. удвоить этот показатель. Akhmadullina Dreams намеревается укрепить свои позиции в регионах, а «Улыбка радуги» — расширить присутствие в городах-миллионниках. Турецкий бренд Koton, в свою очередь, хочет увеличить количество своих магазинов в России с 49 до 150 за следующие пять лет.

Помимо количественной экспансии наблюдается рост занимаемых площадей; нередко случаи, когда в рамках одного торгового объекта ритейлер переезжает в более крупные помещения. Например, Lime, который ранее располагался в среднем на площадках около 300–500 кв. м, стал занимать помещения 1 800–2 500 кв. м, а мультибрендовый бутик Familia, располагавшийся в среднем на площадках 1400 кв. м, сейчас готов рассматривать площади 2 000–2 500 кв. м и выше.

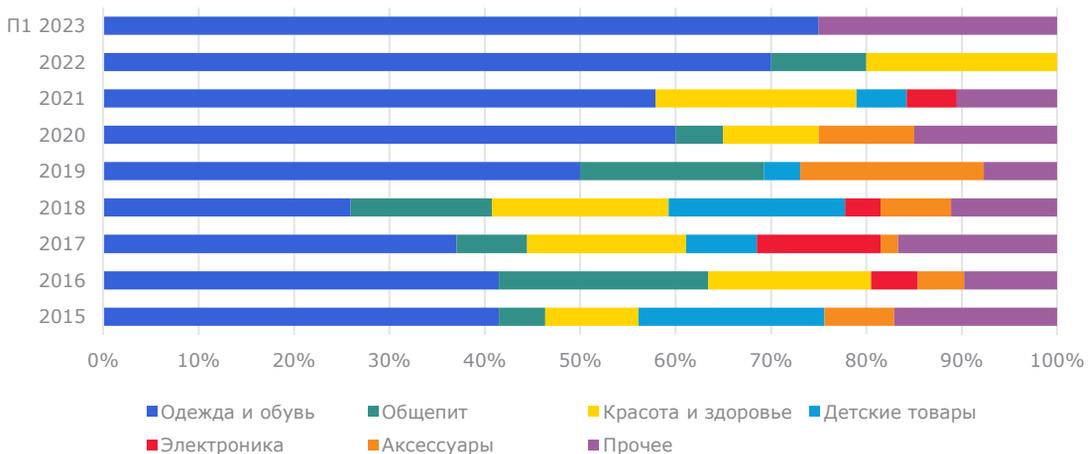
Все больше в Россию выходят новые международные ритейлеры: за первые шесть месяцев 2023 г. российский рынок пополнился 16 брендами. Для сравнения: за весь 2022 г. на рынок вышло только 10 новых брендов. Несмотря на широкую географию происхождения открываемых брендов, их категории становятся менее разнообразными. Так, 12 из 16 брендов относятся к категории «Одежда и обувь», три бренда приходятся на категорию «Товары для дома» и один — на «Товары для спорта».

Что касается первых открытий российских брендов, одним из наиболее ярких и обсуждаемых открытий стал дебют российского бренда Yollo в ТЦ «Афимолл» — на месте, ранее арендовавшемся H&M.

### График 5

Структура выхода международных брендов на российский рынок по профилю, % от количества

Источник: Nikoliers



### График 4

Динамика выхода и ухода с российского рынка международных брендов, штук, 2015 – П1 2023 гг.

Источник: Nikoliers



### Таблица 2

Ключевые международные бренды, вышедшие на рынок России во II кв. 2023 г. (выборочно)

Источник: Nikoliers

Название бренда	Страна происхождения	Профиль
<b>Mudo</b>	Турция	Fashion
<b>Karaca Home</b>	Турция	Товары для дома
<b>PIZHON</b>	Белоруссия	Fashion
<b>MAAG</b>	Ливан	Fashion
<b>Vilet</b>	Ливан	Fashion
<b>DUB</b>	Ливан	Fashion
<b>ECRU</b>	Ливан	Fashion

## Посещаемость

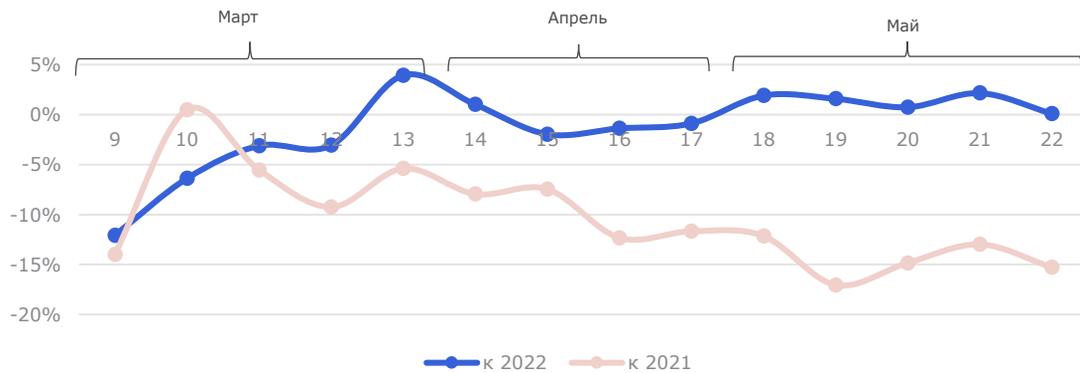
В мае показатель посещаемости столичных торговых центров продемонстрировал положительную динамику и по отношению к аналогичному периоду прошлого года вырос на 2%, что может характеризоваться как постепенное восстановление интереса покупателей, однако показатели посещаемости 2021 г. пока не достигнуты — отставание в мае составляет порядка 13–15%.

На фоне постепенной стабилизации экономической ситуации с начала текущего года, мы ожидаем, что посещаемость в торговых центрах будет расти по мере заполнения ТЦ новыми арендаторами. Также положительный эффект оказывают многочисленные развлекательные мероприятия, которые собственники торговых центров стали проводить регулярно.

### График 6

Динамика индекса посещаемости торговых центров Москвы Mall Index (9 – 22 неделя), в сравнении с 2022 и 2021 гг.

Источник: Focus Technologies



## Вакантность

Уровень вакантности в торговых центрах Москвы по итогам I полугодия 2023 г. пошел на спад. Показатель сократился на 2,1 п.п. по отношению к предыдущему кварталу. Можно говорить о том, что рынок ритейла преодолел самый тяжелый период для собственников торговых центров и арендаторов. Снижение вакансии обеспечено массовыми открытиями магазинов ритейлера Daher Group (DUB, ECRU, Vilet, MAAG) и активной экспансией отечественных брендов.

Объем площадей, занимаемых ритейлерами, приостановившими свою деятельность, в региональных и суперрегиональных проектах Москвы, сократился до 2,2% от общего GLA по отношению к IV кварталу 2022 г. (-3,6 п.п.). В текущем году мы ожидаем, что вакансия продолжит снижаться за счет расширения отечественных брендов на российском рынке, а также реализации планов иностранных ритейлеров о выходе на российский рынок.

### График 7

Динамика уровня вакантности торговых площадей в ТЦ Москвы, 2010 – П1 2023

Источник: Nikoliers





## Тенденции и прогнозы

### Универмаги и мультибренды

Многие ритейлеры, объявившие об уходе с российского рынка, все же хотели сохранить свое присутствие в России. Однако, ввиду отсутствия возможности продолжить работу открыто, известные бренды стали появляться на прилавках уже новых магазинов. Универмаги и мультибрендовые пространства не только позволяют оставаться на рынке некоторым иностранным брендам, но и способствуют развитию начинающих российских брендов. Так, запускается мультибрендовый проект «Ремарк» с западными марками одежды. Первый магазин уже открыл свои двери для посетителей в «Outlet Village Белая Дача», также ожидается запуск еще двух офлайн-точек продаж и онлайн-магазина. Стоит отметить активное развитие «Стокманна» (компания намеревается открыть 20 магазинов до конца 2023 г.) и Slava Concept (анонсировал открытие 20 бутиков до конца 2024 г.). Вместе с тем событием этого лета станет долгожданное открытие премиального магазина fashion-товаров «Слепая курица» на втором этаже ТЦ «Афимолл».

### Продвижение новых брендов

Продолжается ротация ушедших из России иностранных брендов. Наиболее привлекательные лоты были заняты крупнейшими российскими ритейлерами и мультибрендовыми пространствами. По нашим оценкам, в ближайший год как уже существующие на рынке, так и новые игроки будут фокусироваться на работе над продвижением своих брендов и расширением лояльной целевой аудитории, потерявшей возможность закрывать свою потребность в шопинге в магазинах ушедших брендов.

### Вакантность пошла на спад

После длительного периода неопределённости, когда уровень вакантности в крупнейших ключевых торговых центрах столицы мог доходить до отметки в 25-30%, ситуация стабилизировалась. Во многих торговых центрах вакансия снизилась за счет выхода новых ритейлеров на места ушедших брендов. По нашим оценкам, во второй половине 2023 г. вакантность продолжит снижаться.

## Контакты

### Торговая недвижимость

**Анна Никандрова**  
Партнер  
+7 495 258 5151  
[Anna.Nikandrova@nikoliers.ru](mailto:Anna.Nikandrova@nikoliers.ru)

**Ирина Царькова**  
Директор  
+7 495 258 5151  
[Irina.Tsarkova@nikoliers.ru](mailto:Irina.Tsarkova@nikoliers.ru)

### Исследования

**Вероника Лежнева**  
Директор  
+7 495 258 5151  
[Veronika.Lezhneva@nikoliers.ru](mailto:Veronika.Lezhneva@nikoliers.ru)

**Евгения Мауль**  
Младший аналитик  
+7 495 258 5151  
[Evgeniya.Maul@nikoliers.ru](mailto:Evgeniya.Maul@nikoliers.ru)

### Маркетинг & PR

**Ольга Бакулина, MSIM**  
Региональный директор  
+7 495 258 5151  
[Olga.Bakulina@nikoliers.ru](mailto:Olga.Bakulina@nikoliers.ru)

Copyright © 2023 Nikoliers

Данный отчет является общим исследованием рынка недвижимости и основан на собственных или предоставленных нам материалах, которые мы принимаем как достоверные. Мы полагаемся на их точность, полноту и согласованность, и не проводим дополнительных исследований для подтверждения указанных данных, а также не принимаем на себя ответственность за любые неточности или ошибки. Мы будем признательны, если Вы сообщите нам о таких ошибках для оперативного редактирования информации. Nikoliers не несет никакой ответственности за ущерб или убытки, возникшие по причине неточностей или некорректности информации, содержащейся в данном отчете.



 **Nikoliers**

123112 Москва  
Пресненская набережная, д. 10  
БЦ «Башня на Набережной», блок С,  
52 этаж  
Тел. +7 495 258 51 51  
[www.nikoliers.ru](http://www.nikoliers.ru)