

Итоги 2022 г.

# Торговая недвижимость Торговые центры Россия | Регионы





**Таблица 1**

Основные индикаторы рынка

Источник: *Nikoliers*

	2020	2021	2022	2023П
Общее предложение торговых площадей в России, млн кв. м	28,9	29,7	30	30,6
Объем введенных торговых площадей в России, тыс. кв. м	655	814	250	604
Общее предложение торговых площадей в регионах России, млн кв. м*	17,3	17,9	18	18,2
Объем введенных торговых площадей в регионах России, тыс. кв. м*	144,2	538,5	138,3	211,3
Количество открытых ТЦ, штук*	3	17	9	8
Обеспеченность площадями по России в целом, кв. м на 1 000 человек	197	204	207	208

\*Все города России, за исключением Москвы и Санкт-Петербурга

## Макроэкономика

Согласно оценке Банка России, годовая инфляция в конце 2022 г. составила 12,3%, снизившись на 0,2 п.п. в сравнении с прогнозным значением на конец года — 12,5%. Ожидается возврат индекса потребительских цен к докризисному уровню около 4% в 2024 г.

На конец 2022 г. ключевая ставка остановилась на значении 7,5%. В период 2023-2024 гг. прогнозные показатели средней ключевой ставки ожидаются на уровне 7,3% и 6,6% соответственно. По данным ЦБ, в прогнозном периоде к 2025 г. средняя ключевая ставка составит 6% годовых.

В 2022 г. на фоне возникших вызовов

и неблагоприятной ситуации, в особенности в энергетическом секторе, его экспортном потенциале, а также на фоне введения санкций, отразившихся на импорте технологий, оборудования и материалов, ВВП России демонстрировал отрицательную динамику роста. Согласно данным ЦБ РФ, прогнозное значение ВВП по итогам 2022 г. составило -2,9% вместо -3,5%. В 2023 г. спад составит -2,4% с выходом на положительные темпы роста в 1,5% к 2024 г.

Среднегодовой курс USD/RUB в 2022 г. составил 68,2 руб. за доллар с тенденцией постепенного ослабления в будущем.

**Таблица 2**

Основные макроэкономические показатели рынка

Источник: *Банк России*

	2021 (факт)	2022 (факт)	2023П	2024П	2025П
<b>ИПЦ (в % дек. к дек. пред. года)</b>	8,4	12,3*	5,8	4,2	4,0
<b>Ключевая ставка (% годовых, в среднем за год)</b>	5,7	10,6**	7,3	6,6	6,0
<b>ВВП (в %, г/г)</b>	4,7	-2,9*	-2,4	1,5	1,5
<b>Уровень безработицы (% дек., без исключения сезонности)</b>	4,3	4,0	4,4	4,3	4,2
<b>Курс USD/RUB (руб. за долл., в среднем за год)</b>	73,7	68,2	70,0	73,0	75,0

\*Декабрь 2022 г. к декабрю 2021 г.

\*\*На конец периода.

Источник: *Банк России*, [http://www.cbr.ru/statistics/ddkp/mo\\_br/](http://www.cbr.ru/statistics/ddkp/mo_br/)

## Предложение

Новое предложение торговых площадей по итогам 2022 г. в регионах России, исключая Москву и Санкт-Петербург, составило 138 тыс. кв. м, что почти в 4 раза меньше аналогичного периода 2021 г. и на 59% меньше, чем в 2019 г. За год в региональных городах открылось 9 торговых центров малого формата. В 2022 г. общий объем введенных торговых площадей во всех городах России составил 250 тыс. кв. м в 19 торговых центрах, что на 69% меньше показателя предыдущего года.

**Таблица 3**  
Профессиональные торговые центры, открытые в регионах в 2022 г.

Источник: Nikoliers, данные девелоперов

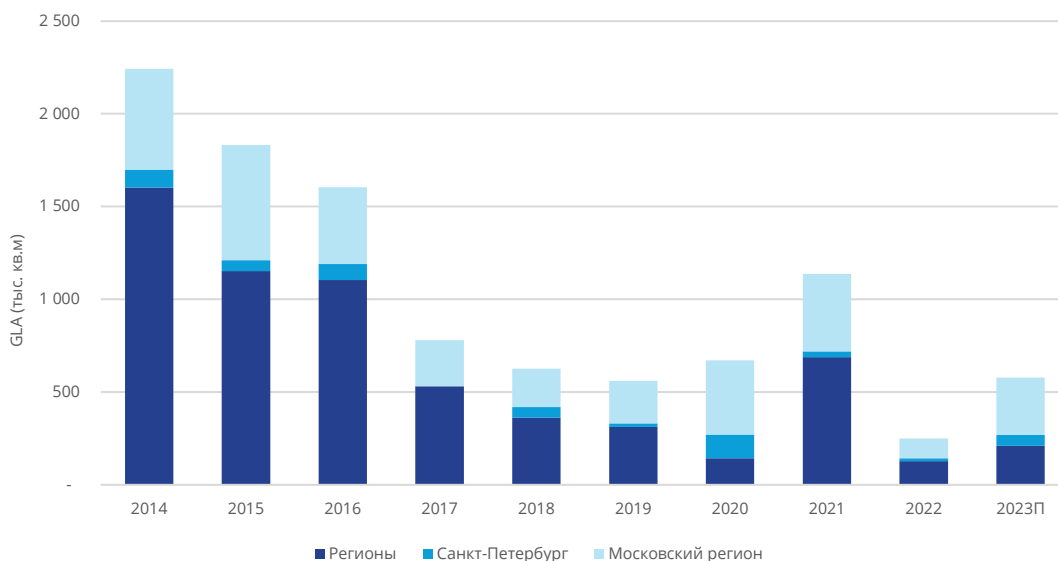
Название	GLA, кв. м	Квартал	Формат	Город
<b>iMALL в МФЦ «Эспланада»</b>	40 500	1	Окружной	Пермь
<b>Таганай</b>	35 000	2	Окружной	Челябинск
<b>Фестиваль-Парк</b>	15 000	4	Районный	Благовещенск
<b>ДаНада</b>	10 700	4	Районный	Йошкар-Ола
<b>Батон (2 очередь)</b>	10 000	1	Районный	Новочеркасск
<b>Академик</b>	8 000	2	Районный	Казань
<b>Черемушки</b>	7 350	2	Районный	Владимир
<b>Адмирал</b>	7 000	3	Районный	Севастополь
<b>Благодатный</b>	5 000	3	Районный	Белгород

Всего на конец 2022 г. общий объем качественных торговых площадей в России составил около 30 млн кв. м, из которых около 40% приходится на Москву и Санкт-Петербург, а 60% распределены между остальными регионами России.

При рассмотрении географического распределения торговых площадей наибольшая доля в общей структуре нового ввода торговых площадей приходится на регионы России — 53,5% от общего ввода, на Московский регион пришлось 39,8% нового ввода, Санкт-Петербург аккумулировал почти 6,7% с единственным введенным торговым объектом в 2022 г. Крупнейшими региональными объектами, введенными в 2022 г., являются: ТЦ «iMall Эспланада» (GLA 40 500 кв. м) и ТЦ «Таганай» (GLA 35 000 кв. м).

**График 1**  
Структура открытий торговых площадей в России, 2014–2023П гг.

Источник: Nikoliers

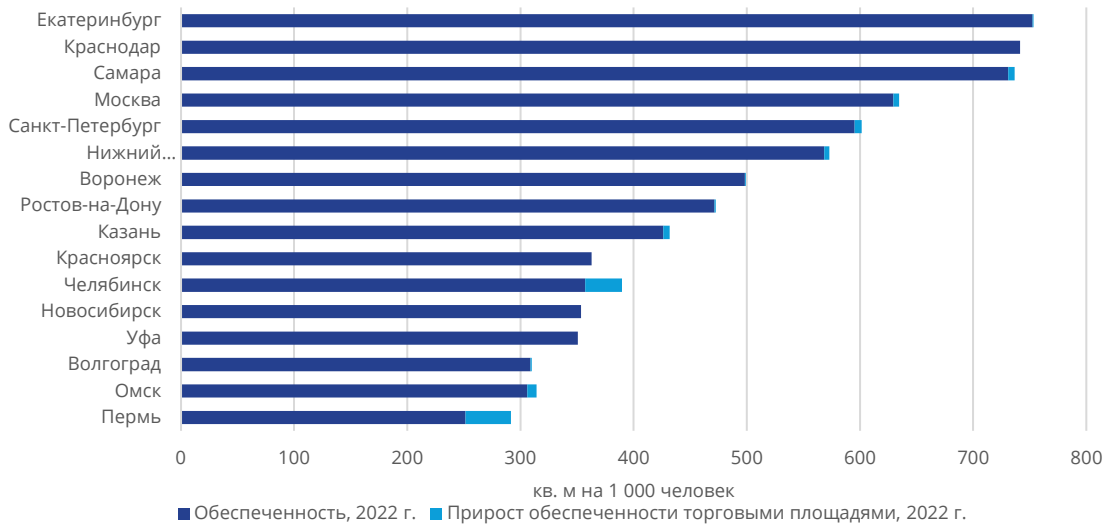


В тройку лидеров среди городов-миллионников в России по показателю обеспеченности качественными торговыми площадями в 2022 г. вошли Екатеринбург, Краснодар и Самара. Наибольший годовой прирост новых площадей зафиксирован в Перми и Челябинске, на которые пришлось 59% от общего объема ввода в регионах по итогам 2022 г.

### График 2

Обеспеченность качественными торговыми площадями в городах-миллионниках России, 2022 г.

Источник: Nikoliers



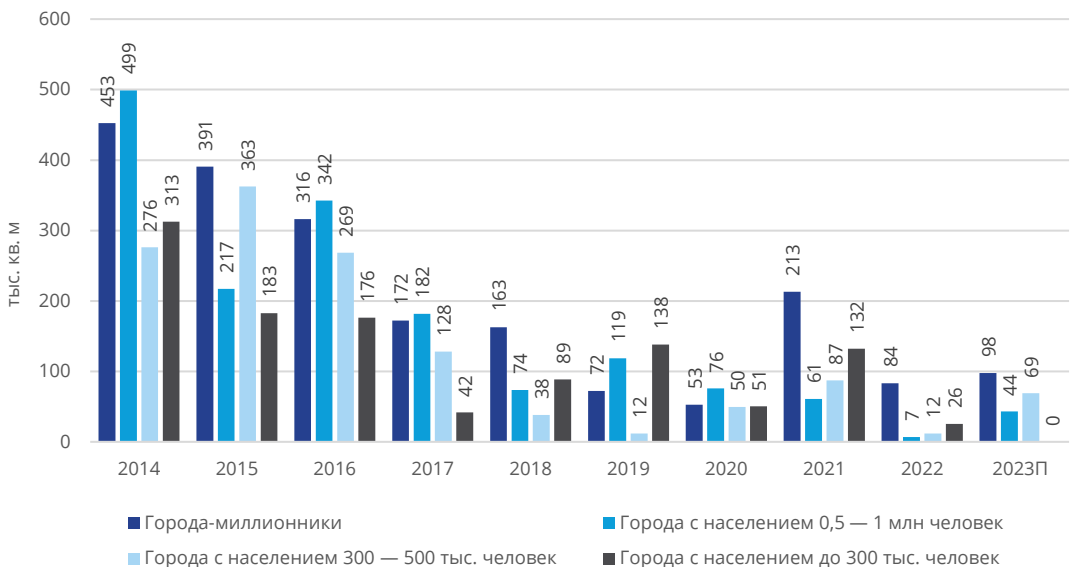
По итогам года наибольшую долю в структуре нового предложения заняли региональные города-миллионники, на которые пришлось 60% от всего объема новых торговых площадей, при этом на втором месте находятся большие города с численностью населения до 300 тыс. человек и долей в 26%, третье место с долей 9% занимают крупные города с населением 300–500 тыс. человек, на города с населением 0,5–1 млн человек приходится всего 5%.

По нашим оценкам, при условии осуществления всех девелоперских планов в 2023 г. наибольший объем ввода будет сформирован в городах-миллионниках — 98 тыс. кв. м, чуть меньше 70 тыс. кв. м введется в городах с населением 300–500 тыс. человек, и на 44 тыс. кв. м увеличится объем торговых площадей в городах с населением до 500–1 000 тыс. человек. Однако в городах с населением до 300 тыс. человек новый ввод торговых площадей не предвидится.

### График 3

Распределение объема ввода качественных торговых площадей в региональных городах (за исключением Москвы и Санкт-Петербурга) по численности населения, 2014 — 2023П

Источник: Nikoliers



## Спрос

По нашим оценкам, в 2022 г. на рынок России вышло 9 новых международных брендов, при этом на долю fashion-операторов пришлось 66,7%. О перспективах выхода на российский рынок в 2023 г. объявили еще порядка 36 брендов. Страной-лидером по числу иностранных брендов, заявивших о выходе на рынок России, является Турция — 83,2%, второе место разделяют Казахстан и Индия, на долю которых приходится по 5,6%, Белоруссия и Италия заняли третье место — по 2,8%.

**Таблица 4**  
Иностранные бренды, открывшие первые магазины в России в 2022 г.

Источник: Nikoliers

Бренды, открывшиеся в торговых центрах				
Бренд	Страна	Профиль	Город	Торговый центр
Li Ning	Китай	Спортивные товары	Москва	Авиапарк
			Москва	Метрополис*
			Краснодар	Галерея Краснодар
Coffee Boom	Казахстан	Общественное питание	Москва	Океания
			Москва	Мега Химки
			Москва	Семеновский
			Пермь	Планета
Perspective	Турция	Одежда и обувь	Казань	Мега
			Ярославль	Аура
			Самара	Космопорт
			Екатеринбург	Гринвич
			Воронеж	Центр Галереи Чижова
Efor	Турция	Одежда и обувь	Москва	Крокус Сити
Ipekyol	Турция	Одежда и обувь	Москва	Афимолл Сити
Twist	Турция	Одежда и обувь	Москва	Афимолл Сити
L&L Skin	Япония	Парфюмерия и косметика	Москва	Атриум
Alex YVN	Армения	Одежда и обувь	Москва	Авиапарк
Бренды, открывшиеся в стрит-ритейле				
Vilhelm Parfumerie	США	Парфюмерия и косметика	Москва	Малая Бронная, 24, стр.1

\* Открытие магазина произошло в январе 2023 г.

В 2022 г. на фоне ухода части иностранных брендов с рынка РФ была заметна активная экспансия магазинов российских ритейлеров в торговых объектах страны, сопровождающаяся расширением форматов магазинов и появлением новых концепций. Данные шаги продиктованы изменением стратегии территориальной экспансии и увеличением своей доли рынка в нишах, в которых на текущий момент конкуренция с иностранными игроками является минимальной.

Так, например, в Тюмени в ТЦ «Галерея Вояж» и Оренбурге в ТЦ «Мегамолл Армада» открылись магазины Sela ритейлера Melon Fashion Group, заменив прежних арендаторов: ритейлеров Inditex и H&M. Love Republic арендовал площади в трех торговых центрах: «Мурманск Молл», «Сургут Сити Молл» и «Мегамолл Армада» в Оренбурге, магазин Befree занял место закрывшихся магазинов Adidas и Reebok в ТРК «Радуга» в Санкт-Петербурге. Продавец верхней одежды «Снежная королева» занял площади H&M в ТК «Амбар» в Самаре. Бренды Lichi и Befree открыли свои магазины в самарском ТЦ «Космопорт», а ТЦ «Серебряный город» в Иванове отметил открытие магазина NOUN. Бренд ЕМКА пополнил пул арендаторов ТРЦ «МореМолл» в Сочи, а российский бренд детской одежды Loloclo открыл магазины в Казани в ТЦ KazanMall, а также в ТРЦ «Аура» в Новосибирске.

**Таблица 5**  
Примеры замены международных брендов в профессиональных торговых центрах регионов России (выборочно)

Источник: Nikoliers, официальные сайты торговых центров и ритейлеров

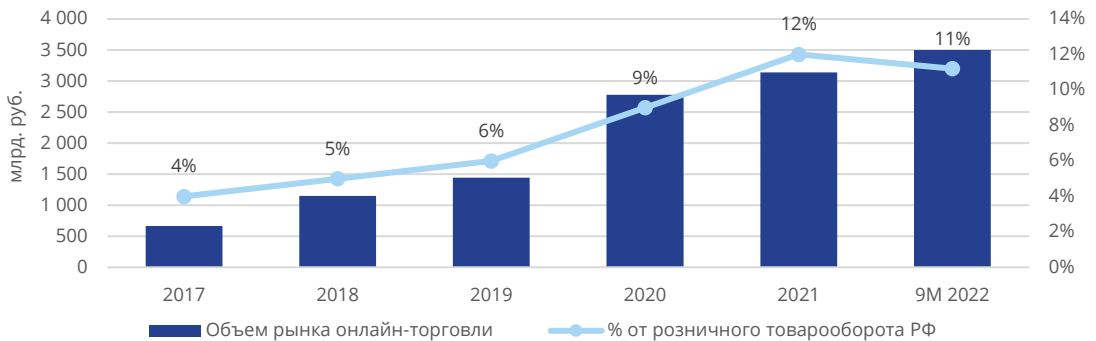
Было	Стало	Профиль	Город	Торговый центр
Mango	Zarina	Одежда и обувь	Тюмень	Кристалл
Adidas/Reebok	Befree	Одежда и обувь	Санкт-Петербург	Питер Радуга
Stradivarius	Love Republic	Одежда и обувь	Мурманск	Мурманск Молл
H&M	Sela	Одежда и обувь	Оренбург	Армада
Pull&Bear	Sela	Одежда и обувь	Тюмень	Галерея Вояж
H&M	Gloria Jeans	Одежда и обувь	Курган	HYPER CITY
Tommy Hilfiger	Perspective	Одежда и обувь	Екатеринбург	Гринвич

## Интернет-торговля

Уход части международных брендов и последующее закрытие офлайн-розницы в торговых центрах способствовали увеличению онлайн-торговли, в частности, выросли онлайн-продажи на маркетплейсах. Например, Wildberries начал предлагать продукцию ушедших брендов в качестве остатков старых коллекций, а также товаров, ввезенных по схеме параллельного импорта. Маркетплейс La Moda выкупил остатки Nike, Massimo Dutti, Mango и других брендов для последующей продажи на своей платформе. Другой крупнейший маркетплейс Ozon также начал предлагать товары известных брендов Nike, Adidas, Zara, Uniqlo, в том числе ввезенные в Россию по схеме параллельного импорта.

**График 4**  
Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли в России

Источник: АКИТ

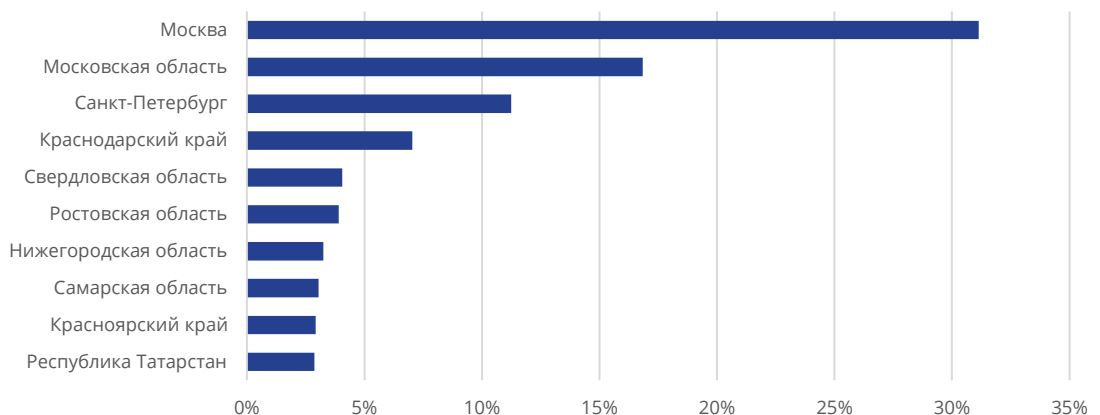


По данным АКИТ, за 9 месяцев 2022 г. объем онлайн-продаж в России вырос на 43% в сопоставимых ценах по сравнению с предыдущим годом. Наиболее популярной категорией продаж на локальном рынке оказались: «Цифровая и бытовая техника» — 21,05%, «Мебель и товары для дома» — 18,38%, «Одежда и обувь» — 14,44%.

Рынок электронной коммерции вернулся в стадию органического роста после стремительного увеличения онлайн-заказов в 2020-2021 гг., спровоцированного волной COVID-19, последующими ограничениями на передвижение и переходом населения к формату удаленной работы «из дома». До 2020 г. ежегодный прирост индустрии e-commerce в России составлял от 0,2 до 2 п.п. На фоне ограничений в период пандемии отмечалось резкое ускорение годового роста до 3 п.п., однако в 2022 г. динамика роста стабилизировалась до показателя 2 п.п. Рост интернет-продаж в 2022 г. был продиктован среди прочего уходом из офлайн-торговли привычных для потребителя иностранных брендов. Мы ожидаем рост доли онлайн-заказов, превышающего показатели динамики до 2020 г., но более умеренного по сравнению с динамикой роста в период пандемии.

Стремительными темпами развивается и e-grocery. Так, в сентябре 2022 количество заказов данной категории выросло на 51,3% в сравнении с аналогичным показателем предыдущего года. Темп прироста за 9 месяцев 2022 г. составил 91,9% год к году.

**График 5**  
Региональное распределение рынка интернет-торговли за 9М 2022г. на локальном рынке (ТОП-10), в %  
Источник: АКИТ



## Тенденции и прогнозы

### Ввод качественных торговых площадей

В 2023 г., согласно анонсированным проектам девелоперов, показатель ввода новых качественных торговых площадей в региональных городах России увеличится почти на 47% по сравнению с 2022 г. и составит 211,3 тыс. кв. м. В 2023 г. сохранится ввод торговых центров форматов «окружной» с долей 62,5% от суммарного ввода площадей и «районный» с показателем 37,5%. Продолжит усиливаться спрос на локальные магазины и услуги в пешеходной доступности, как центры притяжения для совершения ежедневных покупок и мест качественного досуга.

### Окно возможностей для развития российских ритейлеров

На протяжении 2022 г. происходило заметное изменение баланса в выходе на рынок России новых международных брендов. Если в период до 2022 г. в структуре появления новых иностранных игроков ритейл-рынка России преимущественно преобладали бренды западноевропейских стран, то в 2022 г. пальму первенства перехватили ритейл-компании из стран Азии и Ближнего Востока. Так, на фоне ухода некоторых западных брендов с рынка России активнее всего проявили себя бренды турецких производителей с долей 74% в структуре международных брендов, заявивших о намерении выйти на российский рынок (adL, Mudo, LTB, Twist и Ipekyol, Efor, Perspective и другие), а также те, кто уже традиционно представлен в России (Colin's, LC Waikiki, Koton). Среди прочих активность демонстрируют бренды азиатских компаний (Li Ning, Anta Sports, 361, Erke, X-tep, Camel и другие). Мы ожидаем дальнейшую экспансию на российском рынке турецких и азиатских ритейлеров.

### Кинотеатры

После пандемии COVID-19 сегмент кинотеатрального бизнеса в России вновь столкнулся с шоковым состоянием и рядом вызовов в 2022 г. вследствие санкционного давления со стороны западных стран. Приостановили деятельность основные «мейджоры» мирового кинопроката: Paramount, Sony, The Walt Disney, Universal Pictures и Warner Brothers, на долю которых приходилось до 80% кассовых сборов в России. На протяжении 2022 г. кинотеатры были сконцентрированы в большей степени на показе российского кино, а некоторые из них возвращали в повторный прокат культовые фильмы предыдущих лет. Афиша кинотеатров пополнялась новыми фильмами ряда стран Европы, Азии и Латинской Америки.

Мы ожидаем, что в 2023 г. доля Российского кино в совокупных кассовых сборах кинопроката будет расти. По данным ЕАИС, в 2022 г. на долю российских фильмов пришлось более 50% от общих сборов, в то время как совокупные сборы всего проката снизились на 42% по сравнению с результатами 2021 г. и составили 23,7 млрд руб., и близки к показателю 2020 г., когда удалось собрать лишь 22,8 млрд руб.. Часть площадей кинотеатров, расположенных в ряде торговых центров, будут оптимизироваться и замещаться другими арендаторами, в особенности досуговыми, спортивными функциями или общепитом. Мы ожидаем, что в условиях стабилизации обстановки, поддержки индустрии кино со стороны государства (закон о принудительном лицензировании иностранных фильмов), общие кассовые сборы кинотеатров могут превысить показатель 2022 года.

### Таблица 6

Проекты торговых центров, заявленные к вводу в регионах России в 2023 г.

Источник: Nikoliers, данные девелоперов

Название объекта	GLA, кв. м	Квартал*	Формат	Город	Девелопер
<b>Европейский</b>	45 000	4	Окружной	Новосибирск	Atrium Development
<b>Мармелад</b>	45 000	2	Окружной	Череповец	«НОРДСИТИ»
<b>Любимово Молл</b>	27 800	3	Окружной	Краснодар	«ИНСИТИ»
<b>МФК ARSIB Tower (торговая часть)</b>	27 000	4	Окружной	Тюмень	ARSIB Holding Group
<b>Парк</b>	24 000	2	Окружной	Нижний Тагил	«Магнитострой»
<b>ТочкаСити</b>	22 000	2	Окружной	Самара	«Рубин»
<b>Brosko Mall (2 очередь)</b>	16 500	3	Районный	Хабаровск	«Броско»
<b>Грани</b>	5 000	1	Районный	Новосибирск	«Гранит»

## 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)

**Амаль Хайтов**  
Старший аналитик  
+7 495 258 5151  
[Amal.Khaitov@nikoliers.ru](mailto:Amal.Khaitov@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.



123112 Москва  
Пресненская набережная, д. 10  
БЦ «Башня на Набережной», блок С, 52 этаж  
Тел. +7 495 172 27 18  
[www.nikoliers.ru](http://www.nikoliers.ru)