

# РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Санкт-Петербург  
2022 г.



# 5

## КЛЮЧЕВЫХ СОБЫТИЙ

Открытие в Петербурге крупнейшего в Европе фуд-молла *Vokzal 1853* в бывшем здании Варшавского вокзала.

Снижение посещаемости торговых центров.

Компания **ИКЕА** объявила о продаже своих заводов в России.

Уход иностранных брендов, закрытие магазинов, ребрендинг.

Финская компания **SRV Group** и её партнёры продали компанию, владеющую одним из самых крупных ТЦ Петербурга – «Охта Молл».

Рынок торговой недвижимости в России в течение последних трех лет находится в кризисном состоянии. Пандемия изменила покупательские предпочтения и привычки потребления, дополнив офлайн-торговлю онлайн-форматом. Все это наряду с сокращением реальных располагаемых денежных доходов населения привело к сокращению покупательского трафика в торговых центрах, а следовательно – к снижению выручки и арендных платежей.

Геополитические события привели к закрытию и уходу из России ряда иностранных компаний. Рынок торговой недвижимости столкнулся с уникальной за всю его историю существования ситуацией, когда популярные международные бренды освобождали занимаемые площади, продавали бизнес, проводили ребрендинг, и этот процесс пока не завершен.



**Евгения Хакбердиева**

Региональный директор департамента торговой недвижимости

Последние несколько лет рынок Санкт-Петербурга не демонстрировал активного роста нового предложения в сегменте крупноформатных торговых центров. Основное развитие фэшн-брендов, кафе и ресторанов в городе шло за счет более качественного и развитого предложения на торговых улицах города, что отличает Северную столицу от Москвы. Однако в последние годы наметился тренд на обновление существующего предложения за счет реновации и реконцепции, в том числе и для усиления пула фэшн-брендов и расширения функционала и предложения внутри торговых центров. Мы ожидаем, что в ближайшие пару лет этот тренд усилится в силу роста вакансии и ухода с рынка иностранных брендов, которые являлись драйверами трафика во многих торговых центрах.

## Основные показатели. Динамика\*

Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендопригодная), млн м <sup>2</sup>	3,5/2,2
Введено в эксплуатацию в 2022 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м <sup>2</sup>	20,1/12,6
Планируется к вводу в эксплуатацию в 2023 г. (арендопригодная площадь), тыс. м <sup>2</sup>	45
Доля вакантных площадей	10,6% (+6,3 п. п.)**
Условия аренды в торговых центрах Санкт-Петербурга***	
торговая галерея, руб./м <sup>2</sup> /год	0–60 000
якорные арендаторы, руб./м <sup>2</sup> /год	3 000–30 000
Обеспеченность жителей Санкт-Петербурга качественными торговыми площадями, м <sup>2</sup> /1 000 жителей	401

\* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий общей площадью более 10 000 м<sup>2</sup>, объединенных общей концепцией и единым управлением.

\*\* Изменение по сравнению с показателем за IV квартал 2021 г.

\*\*\* Верхние границы арендных ставок относятся к наиболее успешным и востребованным торговым центрам Санкт-Петербурга. Ставки приведены без учета НДС и операционных расходов. Ставки указаны для новых договоров аренды, без учета индивидуальных скидок.

## Предложение

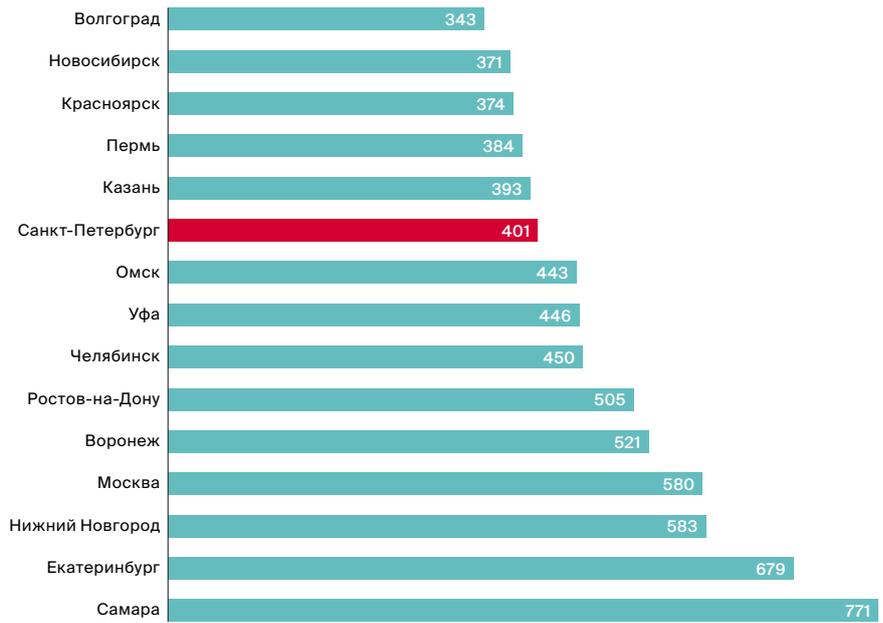
Текущая ситуация на рынке торговой недвижимости развивается менее драматичным образом по сравнению, например, с 2008 г. Это обусловлено тем, что в течение последних 8 лет объём нового строительства торговых центров находился на минимальном уровне. Снижение девелоперской активности в течение последних лет связано в первую очередь с тем, что рынок в городской черте уже насыщен торговыми площадями, и это является отражением общероссийского тренда.

В 2022 г. был открыт только один торговый центр – «Прометей» в северной части города (12,6 тыс. м<sup>2</sup>). Также начал работать после реконструкции Vokzal 1853 (до реконструкции – «Варшавский экспресс») в формате фуд-молла.

Большая часть торговых центров Санкт-Петербурга принадлежит российским девелоперами. Доля иностранных собственников после продажи ТЦ «Охта Молл» в 2022 г. сократилась с 25% до 21%.

Таким образом, по итогам 2022 г. общий объём рынка качественных торговых центров составил 2,2 млн м<sup>2</sup>, а обеспеченность торговыми площадями на 1 000 жителей – 401 м<sup>2</sup>. Несмотря на высокий уровень насыщенности рынка, Санкт-Петербург не является лидирующим городом в стране по этому показателю. В 2022 г. лидерами по обеспеченности

## Обеспеченность городов торговыми центрами, м<sup>2</sup>/1000 жителей



Источник: NF Group Research, 2023

жителей качественными торговыми площадями стали Самара (771 м<sup>2</sup>), Екатеринбург (679 м<sup>2</sup>) и Нижний Новгород (583 м<sup>2</sup>).

Дальнейшее развитие рынка торговых центров будет происходить не столько в количественном направлении, сколько в качественном, а значит, торговые центры, поскольку уже назрела необходимость в их обновлении, сосредоточатся на проведении реконцепций и редевелопменте. Торговые центры требуют обновления концепции в среднем каждые 5–7 лет, но в условиях быстрой смены трендов, которые мы наблюдаем в

последние несколько лет, срок для пересмотра концепции сокращается до 3–5 лет. В Санкт-Петербурге более 50% торговых центров нуждаются в обновлении как планочных решений, так и функционального наполнения, для того чтобы повысить доходность и быть конкурентоспособными на рынке. Анонсировано проведение реконцепции таких торговых центров, как «Великан Парк» в Александровском парке, «Академический» на севере города, один из корпусов «Миллер Центра» около метро «Комендантский проспект», «Нарвский» в Кировском районе и др.

## Динамика открытий новых торговых центров и доли свободных площадей



Источник: NF Group Research, 2023

## Вакантность

По итогам 2022 г. доля свободных площадей в качественных торговых центрах Санкт-Петербурга увеличилась на 6,3 п. п. и достигла уровня 10,6% (по сравнению с итогами 2021 г.).

Преимущественно это объясняется тем, что международные операторы начали расторгать договоры аренды, а основной прирост вакантности произошёл из-за освобождения площадей компаниями IKEA и H&M.

Рост вакантности наблюдался по всем типам торговых центров, кроме районных, где за год доля свободных площадей сократилась на 1,1 п. п. и составила 8,9%. В окружных торговых центрах также вакантно 8,9%. Эти два типа торговых центров в текущих условиях демонстрируют лучшие показатели по покупательскому трафику и испытывают наименьший отток арендаторов. Здесь в меньшей степени представлены крупные международные ретейлеры, уход которых так критично повысил вакантность в суперрегиональных объектах. С другой стороны, пандемия изменила потребительское поведение: шоппинг смещается ближе к дому, что подтверждает стабильно высокий трафик в районных торговых центрах.

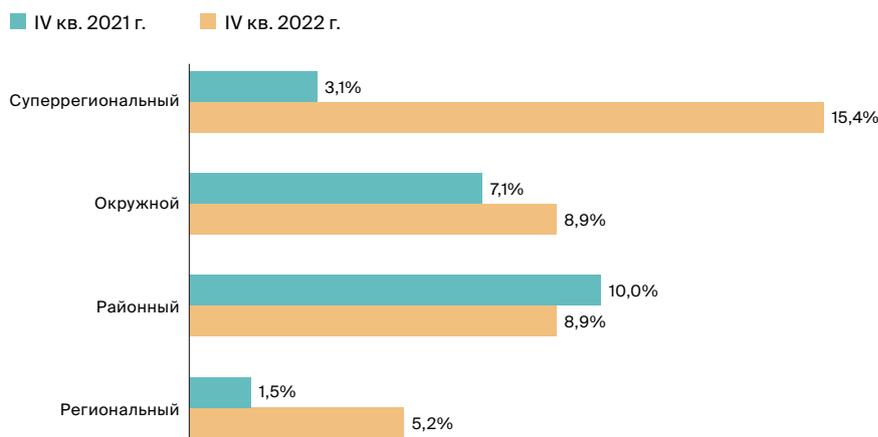
По данным на конец декабря 2022 г. наибольший объём свободных от договоров площадей наблюдался в суперрегиональных (15,4%) торговых центрах, меньше всего пустует площадей в региональных торговых центрах (5,2%).

Доля свободных площадей неравномерно распределена на рынке. В 24 торговых центрах из 55 вакантность составляет менее 5%, а в 8 торговых центрах пустует более 20% площадей.

## Спрос

По итогам 2022 г. в качественных торговых центрах Санкт-Петербурга оставались закрытыми магазины 28 международных брендов из 10 стран, занимающие 62 тыс. м<sup>2</sup>, или 3% от арендопригодной площади. Наиболее крупными из них являются «Декатлон», Uniqlo, Zara и другие.

## Доля свободных площадей в разных типах торговых центров Санкт-Петербурга



Источник: NF Group Research, 2023

## Ключевые бренды, ушедшие с рынка Санкт-Петербурга

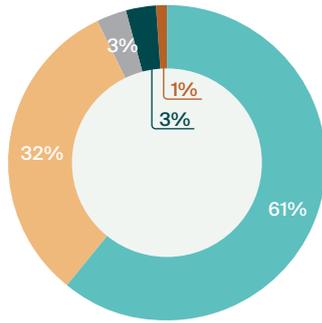
№	Бренд	Страна	Профиль
1	Prisma	Финляндия	Продукты
2	Hesburger	Финляндия	Общественное питание
3	Camper	Испания	Обувь
4	Columbia	США	Одежда и аксессуары
5	Daniel Wellington	Швеция	Одежда и аксессуары
6	Watsons	Китай	Парфюмерия и косметика
7	Victoria's Secret	США	Одежда и аксессуары/ Нижнее белье
8	Jack Wolfskin	Германия	Одежда и аксессуары
9	Michael Kors	США	Одежда и аксессуары
10	NYX	США	Парфюмерия и косметика
11	Piu Bello	Нидерланды	Одежда и аксессуары
12	Lush	Великобритания	Парфюмерия и косметика
13	IKEA	Швеция	Товары для дома
14	Lindt	Швейцария	Продукты
15	Triumph	Германия	Одежда и аксессуары/ Нижнее белье
16	H&M	Швеция	Одежда и аксессуары
17	Monki	Швеция	Одежда и аксессуары
18	Nespresso (Nestle)	Швейцария	Продукты
19	Университетская аптека	Финляндия	Аптека
20	DIM	Франция	Одежда и аксессуары/ Нижнее белье
21	Polo Ralph Lauren	США	Одежда и аксессуары
22	The Body Shop	Великобритания	Парфюмерия и косметика

Источник: NF Group Research, 2023

## Структура временно закрытых магазинов международных брендов в ТЦ Санкт-Петербурга (исходя из площади), 2022 г.

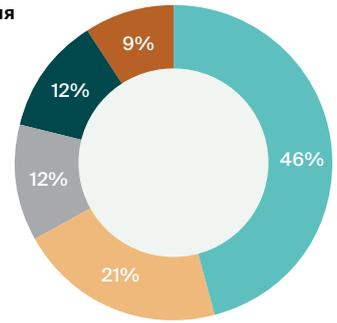
### По профилю деятельности

- Одежда
- Спортивные товары
- Детские товары
- Товары для дома
- Другие



### По стране происхождения

- Испания
- Франция
- Германия
- Япония
- Другие



Источник: NF Group Research, 2023

Количество закрытых магазинов постепенно сокращается: по итогам II квартала 2022 г. закрыты были магазины 46 брендов площадью 211 тыс. м<sup>2</sup>, или 10% арендопригодной площади.

Только 22 бренда, преимущественно из скандинавских стран, закрыли магазины и больше не представлены в Санкт-Петербурге. Среди них IKEA, H&M, Daniel Wellington, Prisma, Monki, «Университетская аптека» и другие.

По данным на конец декабря 2022 г. уже более 30 брендов работали или анонсировали открытие под новыми именами. Например, вместо U.S. Polo – AR Fashion, вместо Reebok – Sneaker Box и другие. Процесс ребрендинга для многих еще не завершен, и в 2023 г. на рынке продолжают появляться новые бренды.

По профилю деятельности основная доля закрытых магазинов у fashion (61%) и спортивных товаров (32%). Среди стран происхождения брендов тройка лидеров выглядит так: Испания (46%), Франция (21%), Германия, (12%).

### Ротация

Из-за приостановки работы магазинов ряда международных брендов торговые центры фиксируют падение посещаемости. Активность ретейлеров по аренде новых площадей точечная и направлена на лучшие с точки зрения трафика помещения торгового центра.

### Ключевые бренды, оставшиеся на рынке Санкт-Петербурга

№	Бренд	Страна	Ребрендинг/Продажа
1	L'Occitane	Франция	«Л'Окситан» (возможен дополнительный ребрендинг)
2	OBI	Германия	ОБИ (продажа и ребрендинг)
3	McDonald's	США	«Вкусно – и точка» (продажа и ребрендинг)
4	LPP Group (бренды Reserved, House, Cropp, Mohito и Sinsay)	Польша	RE, CR, M, «Син», «ХС» (продажа и ребрендинг)
5	CCC	Польша	Obuv
6	Levi's	США	JNS/JEANS'a
7	Helly Hansen	Норвегия	«Хансен»
8	Reebok	США	Sneaker Box (продажа турецкой компании FLO Retailing)
9	Starbucks	США	Stars Coffee (продажа и ребрендинг)
10	Samsonite	США	ЧемоданPRO
11	Mango	Испания	Передача франчайзи
12	Deichmann	Германия	NAM (продажа и ребрендинг)
13	Crocs	США	Saboo (передача локальному менеджменту (КЛЭР), частичное открытие)
14	TOUS	Испания	Переоткрытие (работает в России через партнера Rashel Group)
15	Pizza Hut	США	Pizza-H (продажа российской компании «Ной-М»)
16	KFC	США	Rostic's (ребрендинг)
17	Sephora	Франция	«Иль Де Ботэ» (передача локальному менеджменту)
18	Skechers	США	Urbanvibes
19	Lego	Дания	Мир кубиков (ребрендинг)
20	Inditex	Испания	Продажа ливанской компании Daher Group и ребрендинг
21	U.S. Polo	Турция	AR Fashion
22	Mothercare	Великобритания	Kids Brands (ребрендинг и продажа российской компании «Джамилько»)
23	Timberland	США	Bootwood (ребрендинг)
24	Baskin Robbins	США	BBrandICE (ребрендинг)

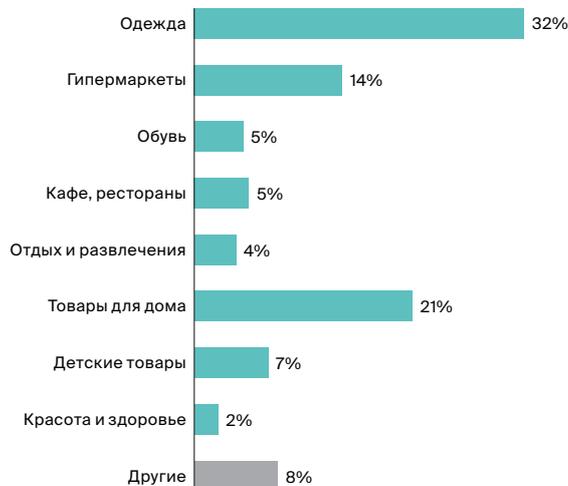
Источник: NF Group Research, 2023

## Структура открытий и закрытий магазинов в ТЦ Санкт-Петербурга (исходя из площади) по профилю деятельности, 2022 г.

### Открытия



### Закрытия



Источник: NF Group Research, 2023

В сегменте одежды и аксессуаров наблюдается положительная динамика открытий (36%) по сравнению с закрытиями (32%). Продолжают развиваться как международные бренды, так и российские.

В 2022 г. в Санкт-Петербурге в торговых центрах открылось 7 магазинов иностранных брендов, ранее не представленных в городе:

- > Бренд итальянской одежды Ruck&Maul в ТЦ «Галерея»
- > Английский бренд детской одежды Royal Rabbit в ТЦ «Мега Дыбенко»
- > Итальянский бренд мужской одежды Dan John в ТЦ «Галерея»
- > Итальянский бренд женской одежды Logiata в ТЦ «Галерея»
- > Бренд верхней одежды из Германии Wellensteyn в ТЦ «Балкания Нова»
- > Немецкая мужская и женская одежда Van Laack в Outlet village Pulkovo
- > Белорусский бренд одежды Mark Formelle в 6 торговых центрах города

Среди иностранных брендов своё присутствие в городе расширяют Gerry Weber (Германия) и Mexx (Нидерланды), из российских – Befree, Familia, «Снежная королева».

В сегменте обуви также количество открытий (10%) превышает закрытия (5%). Deichmann открылся под брендом NAM, CCC – под брендом Obuv, Crocs – Saboo. Из российских новые магазины открылись у Thomas Munz, Kari, Mascotte, Zenden.

Отрицательная динамика открытий (4%) по сравнению с закрытиями (21%) наблюдается в сегменте товаров для дома после ухода IKEA. Российские компании, которые развивались и открывали магазины в торговых центрах, занимали существенно меньшие площади. Среди них – Candelabra Home, Cozy Home, Kuchenland, Divan Boss.

В детском ретейле и товарах для будущих мам также больше закрытий. Закрылись магазины «Дочки сыночки», «Детки», Тоу.гу, «Буду мамой», Reike, Kakadu, что привело к значительному высвобождению площадей. С другой стороны, на рынок Петербурга вышли новые сетевые бренды Chouette, Sela moms & monsters, Button Blue, Little Home, LOLOCLO, но они не смогли полностью заместить ушедших, т. к. арендуют небольшие площади.

Ротация среди гипермаркетов городского формата была связана с уходом Prisma и открытием на этих площадях «Перекрестка».

Среди всех форматов развлечений наибольшие трудности в торговых центрах испытывают кинотеатры, учитывая рост популярности онлайн-платформ с одной стороны и отсутствие голливудских премьер в прокате с другой. В 2022 г. закрылось 3 кинотеатра: «Мираж Синема» в ТЦ «Международный» и ТЦ «Атлантик-Сити», а также «Кинопарк» в ТЦ Green Park. До этого в период пандемии также закрылись кинотеатры в ТЦ «Лигов» и в ТЦ «Пик». В то же время открылся кинотеатр в новом торговом центре «Прометей». По итогам 2022 г. кинотеатры занимают 6,2% площадей в торговых центрах Санкт-Петербурга, а до пандемии их доля составляла 7,3%.

Массового закрытия кинотеатров не прогнозируется, поскольку этот вид развлечений остается одним из самых доступных для проведения досуга всей семьей без ограничения по возрасту. Но, вероятнее всего, кинотеатры станут компактнее, а излишки площадей могут быть переформатированы под другие функции, например под фитнес-центры.

## Условия аренды в торговых центрах Санкт-Петербурга

Профиль арендатора	Общий показатель диапазона базовых арендных ставок, руб./м <sup>2</sup> /год*
Супермаркет (1 000–2 000 м <sup>2</sup> )	10 000–30 000
Товары для дома (<1 500 м <sup>2</sup> )	6 000–8 000
Бытовая техника и электроника (1 200–1 800 м <sup>2</sup> )	10 000–20 000
Спортивные товары (1 200–1 800 м <sup>2</sup> )	6 000–15 000
Детские товары (1 200–2 000 м <sup>2</sup> )	6 000–12 000
Досуговые концепции:	
Развлекательные центры (2 000–4 000 м <sup>2</sup> )	4 000–8 000
Кинотеатры (2 500–5 000 м <sup>2</sup> )	0–6 000
Общественное питание:	
Food-court	30 000–70 000
Кафе	15 000–40 000
Ресторан	10 000–20 000

\* Коммерческие условия, обсуждаемые в процессе переговоров.

Ставки аренды указаны без учета НДС и операционных расходов.

Источник: NF Group Research, 2023

## Коммерческие условия

В течение 2022 г. диапазон запрашиваемых арендных ставок в торговых центрах для новых арендаторов не претерпел изменений. На фоне снижения покупательского трафика и роста доли свободных площадей тренда на рост ставок нет, а основная стратегия собственников торговых центров – удержание арендаторов с помощью скидок. Снижения запрашиваемых базовых ставок аренды также не наблюдается, но отмечается появление тренда на компенсацию отделки через льготные периоды аренды как для якорных арендаторов, так и для операторов торговой галереи.

## Прогноз

Девелоперская активность смещается в пригороды, поскольку в городе рынок уже насыщен торговыми площадями, в то время как за городом наблюдается их дефицит. В черте города строится всего два

объекта – ТЦ Hollywood (71 тыс. м<sup>2</sup>) в насыщенной торговыми объектами локации у станции метро «Пионерская», а также «Заневский каскад», 4-я оч. (30 тыс. м<sup>2</sup>) рядом со станцией метро «Ладожская». В пригородах строится три районных торговых центра. Два из них в Мурино – «Экопарк» (15 тыс. м<sup>2</sup>) и «Небо» (25,7 тыс. м<sup>2</sup>) и один на Парнасе – «Экопарк» (15 тыс. м<sup>2</sup>). Все эти объекты могут выйти на рынок в 2023–2024 гг.

Доля свободных площадей в 2023 г. продолжит расти. В пессимистичном сценарии развития при условии, что все временно закрытые на данный момент ретейлеры освободят помещения, вакантность может увеличиться до 13–14% в течение 2023 г., что станет рекордным значением за всю историю рынка. В такой ситуации существенно увеличится доля свободных площадей в суперрегиональных и региональных торговых центрах. После чего ожидается затяжной период восстановления рынка и снижения вакантности, который продлится от года до трех лет.

## Тренды

- > Низкая девелоперская активность и ее смещение в пригороды Санкт-Петербурга.
- > Поиск новых партнеров. В то время как западные бренды уходят с рынка, азиатские и российские ретейлеры получили стимул для расширения своего присутствия в торговых центрах.
- > Продажа/передача бизнеса после ухода международных брендов локальным или другим иностранным компаниям.
- > Изменение логистических цепочек, настройка параллельного импорта и удорожание товаров.
- > Переформатирование крупных помещений из-под западных брендов под более мелкие площадки с целью расширения предложения и смены функционала.
- > Изменение развлекательной составляющей в торговых центрах. Кинотеатры теряют популярность, в то время как фуд-холлы становятся новым форматом развлечений.
- > Реконцепция торговых центров. Частичная с полной сменой формата (ТЦ «Варшавский экспресс» – фуд-молл 1853) или частичная (реконструкция кинотеатра в ТЦ «Лигов» под офисы).

Наиболее реалистичный сценарий развития предполагает достижения пика вакантности на уровне 12% к концу первого квартала 2023 г., после чего будет наблюдаться снижение вакансии по мере заполнения свободных площадей российскими и азиатскими ретейлерами, а также теми европейскими брендами, которые продолжают развитие.

# ДЕПАРТАМЕНТ КОНСАЛТИНГА И АНАЛИТИКИ

Компания NF Group, обладая локальной экспертизой и глобальным опытом работы на международном рынке недвижимости и инвестиционных продаж, успешно реализовывает проекты любой сложности.

## РАБОТАЕМ ПО ВСЕМ РЕГИОНАМ И ПО ВСЕМ СЕГМЕНТАМ

- Жилая
- Офисная
- Торговая
- Складская
- Гостиничная
- Курортно-рекреационная



Другие обзоры рынка на нашем сайте в разделе [Аналитика](#)

### УСЛУГИ

#### КОНСАЛТИНГ

- > Анализ наилучшего использования Участка/Объекта
- > Концепция/реконцепция Проекта
- > Аудит, оптимизация существующего Проекта
- > Маркетинговое заключение / Исследование рынка
- > Бизнес-план Проекта
- > Анализ экономической целесообразности проекта (финансовый анализ)
- > Сопровождение разработки архитектурной концепции/ рабочей документации
- > Подбор операторов (гостиницы, СПА, общественные пространства)
- > Проведение опросов потенциальных арендаторов

#### ОЦЕНКА НЕДВИЖИМОСТИ

- > Коммерческая и жилая недвижимость
- > Федеральные и Международные стандарты оценки
- > Оценка для принятия управленческого решения
- > Оценка для привлечения заемного финансирования
- > Оценка для сделки купли-продажи
- > Оценка для составления финансовой отчетности

Чтобы узнать подробнее о наших услугах или задать имеющиеся вопросы, свяжитесь с нами:

+7 (495) 023-08-12

[Nf@nfgroup.ru](mailto:Nf@nfgroup.ru)

Или оставьте заявку на нашем [сайте](#).

#### КОНСАЛТИНГ И АНАЛИТИКА

**Ольга Широкова**

Региональный директор, Россия и СНГ

[Oshirokova@nfgroup.ru](mailto:Oshirokova@nfgroup.ru)

**Светлана Московченко**

Заместитель регионального директора, Санкт-Петербург

[Smoskovchenko@nfgroup.ru](mailto:Smoskovchenko@nfgroup.ru)

#### ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

**Евгения Хакбердиева**

Региональный директор, Россия

[Ek@nfgroup.ru](mailto:Ek@nfgroup.ru)



© NF Group 2023 – Этот отчет является публикацией обобщенного характера. Материал подготовлен с применением высоких профессиональных стандартов, однако информация, аналитика и прогнозы, приведенные в данном отчете, не являются основанием для привлечения к юридической ответственности компании NF Group в отношении убытков третьих лиц вследствие использования результатов отчета.

Публикация данных из отчета целиком или частично возможна только с упоминанием NF Group как источника данных.