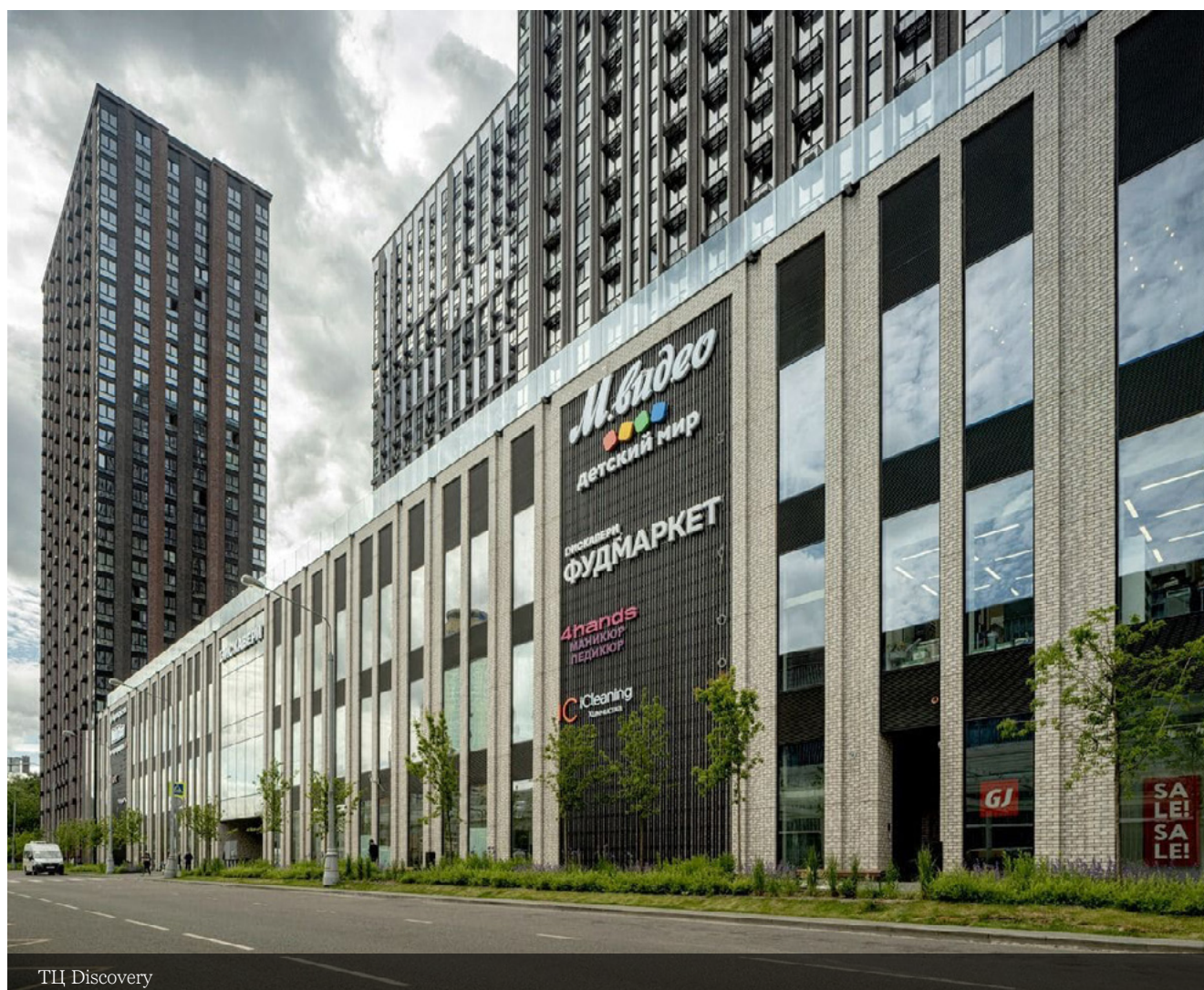


РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

I полугодие 2023 г.



ТЦ Discovery

**Евгения Хакбердиева**

Региональный директор
департамента торговой
недвижимости NF Group

«В I полугодии 2023 года отмечалась высокая деловая активность и в сегменте торговых центров в том числе. Уже в первые месяцы года прошли сделки по продаже крупных торговых центров в столице, были сданы в аренду новым операторам флагманские площадки международных брендов на ключевых торговых улицах Москвы. На рынок вышли новые иностранные бренды, которые заняли помещения в знаковых торговых центрах города. Высокая активность ретейлеров привела к тому, что с весны мы отмечаем снижение вакантности, хотя еще в конце прошлого года рынок столкнулся с рекордным уровнем свободных площадей на фоне сниженного спроса из-за ухода ряда международных брендов. Все эти события сформировали на рынке определенный оптимизм, с которым мы вошли во второе полугодие».

5 ключевых событий

- > Ввод в эксплуатацию торгового центра окружного формата – «Митино Парк».
- > Продажа «Парк Хауса», Columbus и «Метрополиса» собственникам из России и стран СНГ.
- > Открытие 12 магазинов новых иностранных брендов.
- > «Перенесенный ввод»: девелоперы сдвинули даты открытия 5 торговых центров на 2024 год.
- > Снижение доли свободных площадей.

Основные показатели*

Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	14,5/7,4
Введено в эксплуатацию в I полугодии 2023 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	33,0/27,0
Планируется к вводу в эксплуатацию до конца 2023 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	≈194,4/≈103
Доля вакантных площадей, %	12,2% (-3,4 п. п.)**
Условия аренды в торговых центрах Москвы***:	
торговая галерея, руб./м ² /год	0–180 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	0–50 000
Операционные расходы:	
торговая галерея, руб./м ² /год	6 000–15 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	1 500–3 000
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м ² /1 000 жителей	595

* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий, объединенных общей концепцией и единым управлением

** Изменение по сравнению с показателем за IV кв. 2022 г.

*** Верхние границы арендных ставок относятся к наиболее успешным и востребованным торговым центрам Москвы

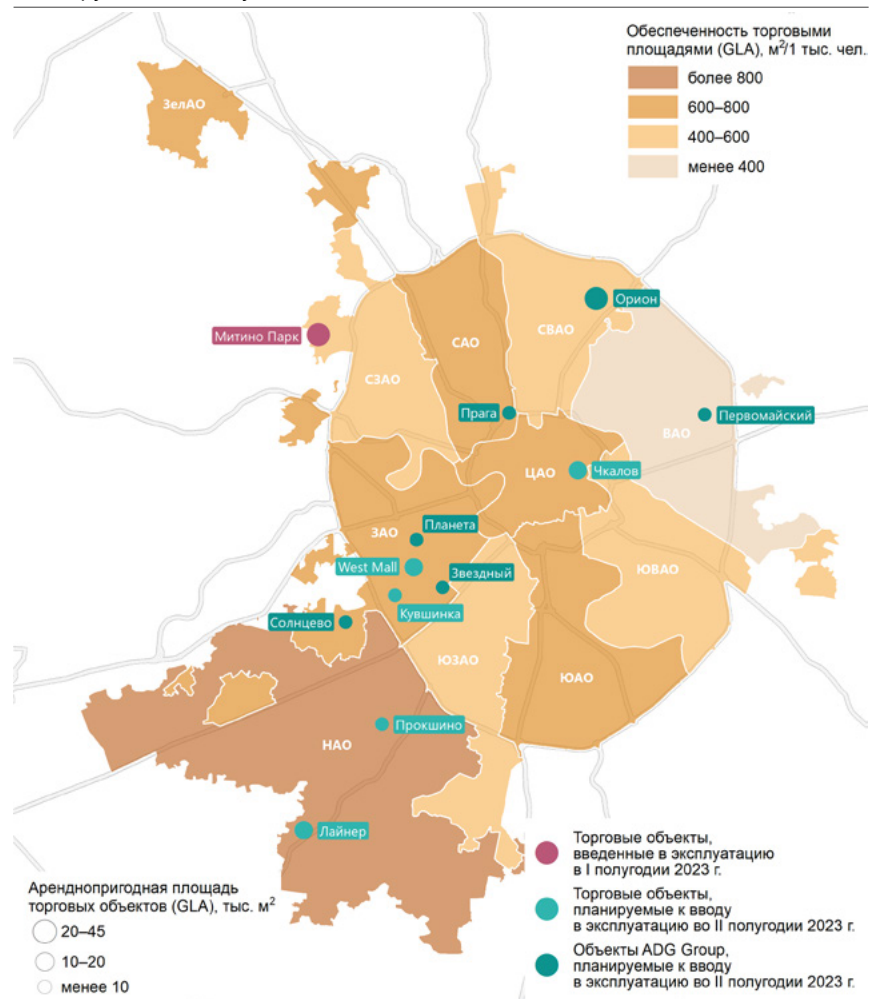
Источник: NF Group Research, 2023

Динамика ввода новых торговых центров и доли вакантных площадей



Источник: NF Group Research, 2023

В целом по итогам 2023 года ожидается ввод в эксплуатацию 12 качественных торговых центров. Их суммарная арендопригодная площадь составляет 130 тыс. м². При успешном соблюдении планов объем нового предложения будет превышать показатель прошлого года на 5%. Однако планы девелоперов могут продолжить меняться. На конец I полугодия 2023 года перенесенный ввод составил 49 тыс. м², примерно 28% от анонсированного строительства на начало года.



Источник: NF Group Research, 2023

График, иллюстрирующий обеспеченность жильем на 1 000 жителей в различных районах Москвы. На графике представлены данные по обеспеченности жильем (темно-зеленые столбчатые диаграммы), численности населения (серая заливка) и приросту населения (оранжевые надписи над столбцами). Красная пунктирная линия обозначает уровень обеспеченности в г. Москве.

Район	Обеспеченность на 1 000 жителей, м² (левая ось)	Население, тыс. жителей (правая ось)	Прирост
Новомосковский округ	985	~1000	62
Центральный округ	789	~1000	16
Зеленоградский округ	706	~1000	-
Северный округ	733	~1400	5
Западный округ	707	~1600	25
Южный округ	704	~1800	-
Северо-Восточный округ	570	~1400	15
Северо-Западный округ	492	~1000	27
Юго-Восточный округ	491	~1600	-
Юго-Западный округ	497	~1600	-
Восточный округ	381	~1600	6
Троицкий округ	0	~1000	-

Источник: NF Group Research, 2023

Инвестиционные сделки по торговой недвижимости в I полугодии 2023 года

Объект	Город	Общая площадь, м ²	Продавец	Покупатель
Портфель ТЦ «Парк Хаус»	Москва, Санкт-Петербург, Казань, Екатеринбург, Тольятти, Волгоград	348 250	Atrium European Real Estate	РАМО-М
ТРЦ Columbus	Москва	277 000	ООО «Мирс»	ТПС Недвижимость
ТРЦ «Метрополис»	Москва	205 300	Morgan Stanley	Balchug Capital

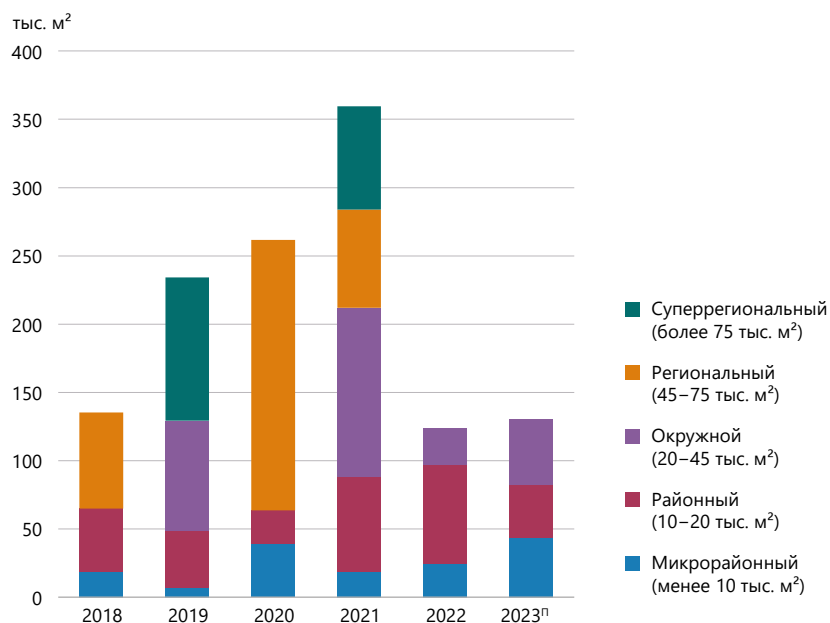
Источник: NF Group Research, 2023

На столичном рынке уже более 5 лет существует тренд на строительство торговых центров микрорайонного и районного форматов, что связано с рядом факторов. Во-первых, в Москве отсутствуют земельные участки, в полной мере подходящие для девелопмента крупноформатных торговых центров. Во-вторых, ряд административных округов столицы уже перенасыщен торговыми площадями. В-третьих, изменились потребительские привычки горожан, модель поведения стала более рациональной. Люди стали посещать торговые объекты «у дома» с целью покупки товаров первой необходимости. В-четвертых, свои объемы наращивает e-commerce, что сказалось на корректировке форматов в сторону сокращения площадей у ряда ретейлеров и развития омниканальности брендов. В-пятых, в столице активно ведется программа КРТ за пределами зоны ТТК и МКАД, по которой застройщикам предоставляется льгота на ВРИ под строительство объектов коммерческой недвижимости, где будут трудиться новые жители.

Рост строительства районных торговых центров также связан с реализацией проектов компаний ADG Group. 40% от ввода, прогнозируемого на этот год, приходится на ADG Group – российского девелопера, занимающегося реконструкциями советских кинотеатров под торговые-развлекательные центры районного и микрорайонного форматов. В целом весь объем торговых площадей, запланированных к вводу в этом году, является результатом деятельности российских девелоперов.

Структура рынка меняется и в контексте владельцев недвижимости. Продолжается череда продаж активов

Структура торговых центров, введенных в эксплуатацию



Источник: NF Group Research, 2023

иностранных собственников, уходящих из России. Возросший интерес инвесторов к сектору торговых центров связан с форсированным выходом иностранцев из активов. За прошедшее полугодие были проведены инвестиционные сделки по торговым центрам Москвы общей площадью 507 тыс. м².

Обеспеченность населения качественными торговыми площадями в Москве по итогам I полугодия 2023 г. составляет 595 м²/1 000 жителей, что сопоставимо с данными на конец 2022 г. К концу 2023 г. прогнозируется увеличение обеспеченности населения торговыми площадями в Новомосковском АО, которая составит 1 047 м²/1 000 человек (+6%) за счет ввода ТЦ «Прокшино» (8 тыс. м²) и ТЦ «Лайнер» (10,5 тыс. м²). В сравнении с Новой Москвой рост

обеспеченности в «Старой Москве» достигается сложнее, например, в Западном АО данный показатель может достигнуть только 733 м²/1 000 человек (+4%) несмотря на то, что в его пределах ко вводу планируются 35,2 тыс. м² торговых площадей. Такие разные скачки в динамике связаны с плотностью населения, численность которого в ЗАО в 4,6 раза превышает этот показатель в НАО.

В условиях сдержанного ввода торговых объектов в совокупности с активным жилым строительством, а значит – увеличением численности населения: в ближайшее время на московском рынке может сформироваться проблема нехватки качественных торговых центров для реализации новых концепций ретейлеров.

Вакантность

По итогам I полугодия 2023 г. доля свободных площадей в качественных торговых центрах Москвы снизилась до 12,2% (-3,4 п. п. по сравнению с итогами 2022 г.). Такой результат связан с рядом факторов: активной экспансией российских ретейлеров на площадях, ранее занятых международными брендами (Gloria Jeans, Melon Fashion, lady & gentleman City, Lime), проведением перепланировок ряда крупных площадок – деление на более мелкие лоты, и началом работы новых зарубежных ретейлеров.

Следует отметить, что в Москве также существует доля скрытой вакантности; это помещения, занимаемые Adidas и Decathlon, работа которых временно приостановлена. Аналогичная ситуация складывается и в регионах. По России Adidas насчитывает 120 прямых точек дистрибуции, а Decathlon – 8 гипермаркетов.

За существующим все еще высоким уровнем вакантности стоит совокупность факторов. Во-первых, собственники площадок в некоторых ключевых торговых центрах удерживают лоты в ожидании наиболее привлекательного арендатора, который будет иметь уникальную концепцию, охватывать широкую целевую аудиторию и гарантировать высокий товарооборот. Во-вторых, 2,6% вакантности приходится на помещения, ранее занимаемые IKEA в суперрегиональных торговых центрах Москвы, в абсолютных значениях это 138 тыс. м². Тем не менее на конец I полугодия 2023 г. подписан весомый объем договоров, который позволит расширяться многим российским ретейлерам уже в III квартале. Так, в начале июля произошло открытие Gloria Jeans в ТРЦ «Афимолл», «Щелковский» и «Хорошо!».

К концу 2023 г. прогнозируется снижение доли свободных площадей до уровня, характерного для периода до пандемии (2019 год).

Спрос

Спрос на рынке торговых центров представлен преимущественно локальными брендами. Практически все ретейлеры, задействованные в активной экспансии рынка, за последние полтора года модифицировали и подвергли ребрендингу свои объекты – разнообразили ассортимент, расширили масштабы своих площадок, разработали новые методы удержания посетителей рамках offline store.

В результате амбициозных планов российских брендов на рынке развернулась ситуация массовой ротации арендаторов. Самым распространенным кейсом стало увеличение площадок внутри одного торгового комплекса (в

2–4 раза). Чаще всего, такой «переезд» реализовывался в рамках одного этажа, однако были случаи, когда арендатор «переезжал пониже» с целью привлечения потока посетителей. Самыми ликвидными площадками для таких переездов оказались помещения, ранее занимаемые японским ретейлером Uniqlo и шведским – H&M.

Российский fashion развивается не только экстенсивно, но и интенсивно, разрабатывая новые концепции и бренды. Так, ретейлер Eleganza реализовал проект бренда Piece of Art в ТЦ «Павелецкая Плаза», lady & gentleman City запустили торговую сеть Just Clothes. Анонсирован дебют бренда Idol от Melon Fashion Group.

Примеры ротации арендаторов внутри торговых комплексов Москвы в 2023 году

Название ТЦ	Российский бренд	Предыдущая локация, площадь	Текущая локация, площадь
Европейский	Gloria Jeans	3 этаж, ~ 840 м ²	1 этаж, ~ 4 000 м ²
Европолис Ростокино	Befree	2 этаж, ~ 405 м ²	1–2 этаж, ~ 2 100 м ²
Columbus	Lime	1 этаж, ~ 318 м ²	1 этаж, ~ 1 330 м ²
Павелецкая плаза	Lime	-1 этаж, ~ 410 м ²	0–1 этажи, ~ 1 820 м ²

Источник: NF Group Research, 2023

Примеры российских брендов, которые заняли площади ушедших международных ретейлеров в 2023 году в ТЦ Москвы

Формат ТЦ	Название ТЦ	Новый арендатор	Предыдущий арендатор
Суперрегиональный	Columbus	Askona Home	Decathlon
	Vegas Каширское	Sela	Massimo Dutti
Региональный	Афимолл	Слепая курица (скоро открытие)	Marks&Spencer
	Хорошо!	Gloria Jeans	H&M
	Европейский	MUDO	Marks&Spencer
	Мозаика	Outletium	H&M
Окружной	Павелецкая плаза	Евродом	H&M home
	Охотный ряд	Lusio	Massimo Dutti

Источник: NF Group Research, 2023

В I полугодии 2023 г. мы отмечаем рост активности мультибрендовых магазинов и универмагов. Самое большое число открытий пришлось на «Стокманн», магазины которого начали свою работу в ключевых торговых центрах столицы: Columbus, «Vegas Крокус Сити» и «Vegas Кунцево». Также у «Стокманна» появилась новая региональная площадка в сочинском «Моремолле».

Мультибренды, появившиеся в течение I полугодия 2023 года, в большинстве своем стали результатом реструктуризации западных брендов: Pan Club вместо Pandora и Amazing Red вместо Puma.

Структура рынка торговой недвижимости сейчас на этапе активной модификации. Изменились ключевые игроки рынка: на смену иностранцам пришли российские имена как с уникальными, так и базовыми концепциями. После реструктуризации международным операторам сейчас несколько сложнее, поскольку их новые имена не отличаются повышенной узнаваемостью. Сейчас они находятся в «выжидательной» позиции, которая, в свою очередь, подкрепляется «режимом тишины», представляющим из себя деятельность иностранного бренда в отсутствие активной маркетинговой кампании, а значит, низким уровнем упоминания в СМИ с целью привлечения аудитории.

Новые бренды

В течение I полугодия 2023 г. российский рынок пополнился 12 новыми иностранными брендами из пяти стран, включая Турцию, Белоруссию, Южную Корею, Австралию и Эстонию. Этот результат на 9% превышает число зарубежных ретейлеров, вышедших за весь 2022 год.

По-прежнему количественное первенство одерживает турецкий ретейл, число вышедших брендов – 6, число открытий – 13. Также в течение I полугодия 2023 г. были реализованы дебюты эстонского BonBon Lingerie и австралийского 2XU. Тем не менее ожидать тренда на новые западные бренды пока не приходится, поскольку BonBon Lingerie и 2XU понадобилось

на это около двух лет, в течение которых ими заключалась сделка, наживалась логистика и проводилась подготовка магазина к открытию. Процесс выхода нового ретейлера на рынок в среднем занимает два года, однако конъюнктура рынка сейчас выстроена таким образом, что для западных брендов этот процесс будет увеличен за счет санкций.

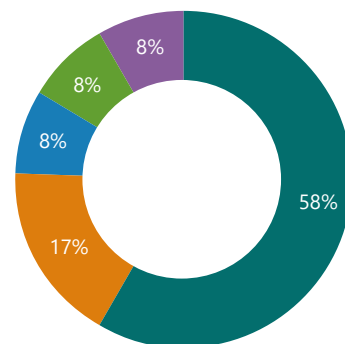
Новые бренды выходят в основном в fashion-сегменте, поскольку именно в этой нише снизилась конкуренция после ухода международных операторов в 2022 г. Как результат новые «иностранцы» и локальные бренды поделили рынок по ценовым сегментам. 42% новых иностранных брендов позиционируют себя в сегменте «выше среднего» / «премиальный». Это связано с тем, что ретейлеры заходят на рынок не как прямые или франчайзинговые точки продаж, а посредством выхода через российских операторов и перепродажи товаров, купленных по розничной цене. В совокупности с возросшими логистическими издержками товары, доходящие до российского потребителя, оказываются в сегментах «премиум» и «выше среднего».

География открытий по столице довольно широкая и охватывает все топовые торговые центры Москвы. Самое большое число новых брендов пришлось на ТЦ «Афимолл» и ТЦ «Авиапарк». Во многом это объясняется тем, что в данных торговых центрах отмечается высокий трафик и заключены контракты на большинство площадок, а значит, низкий уровень вакантности в сравнении с общемосковским. В таких условиях новые бренды, вышедшие на уже сформированный рынок, ощущают себя более комфортно и рассчитывают на привлечение своей целевой аудитории.

К концу 2023 года можно ожидать роста числа выходов международных операторов, сравнимого с результатами 2021 года, за счет активности турецких брендов. Таким образом, структура рынка в отношении предложения для потребителей восстанавливается и становится более разнообразной в ассортименте.

Происхождение международных брендов, вышедших на российский рынок в I полугодии 2023 г.

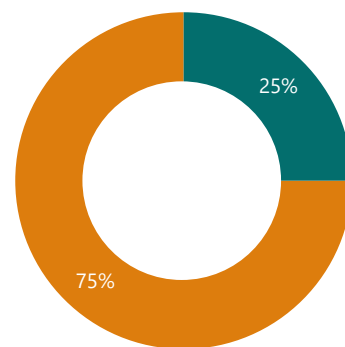
■ Турция
■ Белоруссия
■ Южная Корея
■ Эстония
■ Австралия



Источник: NF Group Research, 2023

Профили международных операторов, вышедших в I полугодии 2023 г.

■ Товары для дома
■ Одежда/Обувь



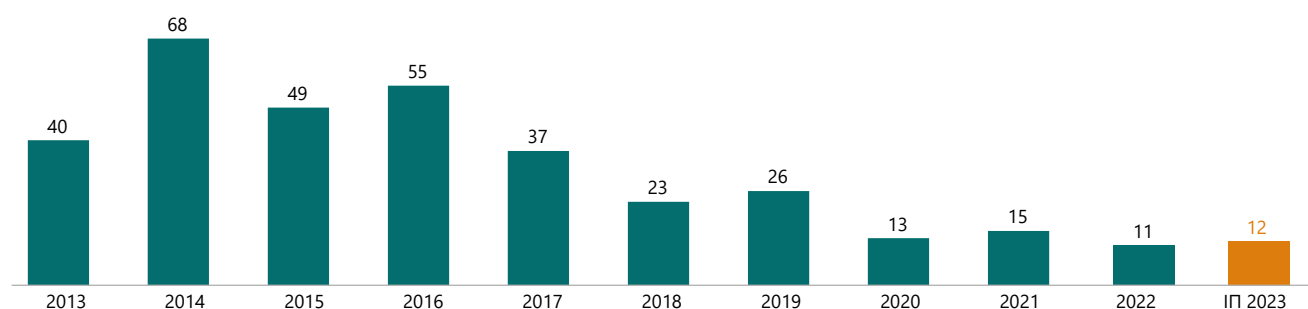
Источник: NF Group Research, 2023

Международные операторы, вышедшие на российский рынок в I кв. 2023 г.

Название ТЦ	Бренд	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент
Авиапарк Метрополис	NetWork	Турция	Мужская и женская одежда	Выше среднего
Метрополис Авиапарк Афимолл	Club	Турция	Мужская и женская одежда	Выше среднего
Мега Химки	Madame Coco	Турция	Товары для дома	Средний
Афимолл	AC&Co	Турция	Мужская одежда	Выше среднего
Щелковский Мега Белая Дача	Loft (Colin's)	Турция	Мужская и женская одежда	Средний
Щелковский	Swed House	Белоруссия	Товары для дома	Средний
Невский центр (СПб) Охта Молл (СПб)	BonBon Lingerie	Эстония	Нижнее белье	Средний
Каширская Плаза Кунцево Плаза Vegas Каширское Европолис Ростокино Капитолий Вернадского	Mudo	Турция	Мужская и женская одежда	Ниже среднего
Афимолл	Pizhon	Белоруссия	Мужская одежда	Средний
Галерея (СПб)	2XU	Австралия	Спортивная одежда	Выше среднего
Авиапарк	Inni	Южная Корея	Женская одежда	Премиальный
Авиапарк	Karaca Home	Турция	Товары для дома	Средний

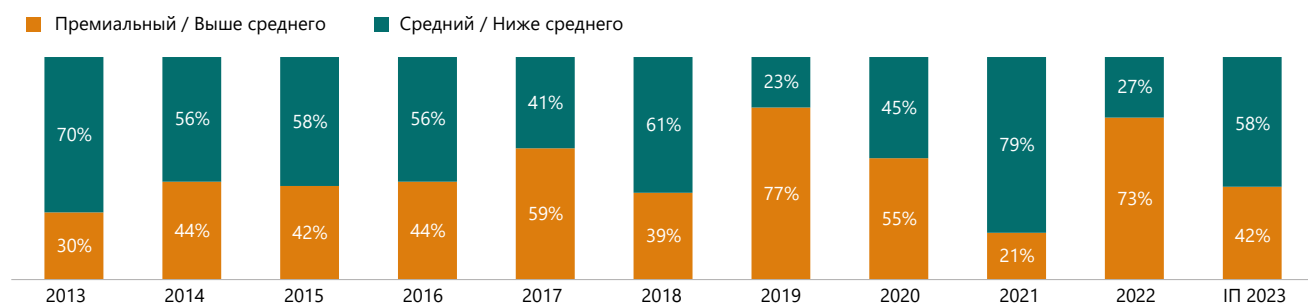
Источник: NF Group Research, 2023

Динамика выхода международных операторов на российский рынок, шт.



Источник: NF Group Research, 2023

Структура брендов, вышедших на российский рынок, по ценовому сегменту



Источник: NF Group Research, 2023

Коммерческие условия

По итогам I полугодия 2023 г. ставки аренды не изменились. По-прежнему сохраняется тренд на повышенный спрос на помещения с отделкой, которые освободились после расторжения долгосрочных контрактов с зарубежными ретейлерами. Однако таких площадок практически не осталось: на большинство из них уже заключены договоры аренды.

Тенденции

Посещаемость торговых центров в конце I полугодия 2023 года показывает незначительную убыль в сравнении с 2022 годом. Ключевым фактором отрицательной динамики посещаемости на середину 2023 г. является существенный отток жителей столичного региона в короткие и длительные отпуска. Положительные скачки в динамике были отмечены на майские праздники, которые были непродолжительными. В результате этого отъезда за город люди предпочли остаться в столице и провести время на городских площадках и в торговых центрах, в том числе в развлекательных центрах, кафе и ресторанах.

Условия аренды в торговых центрах Москвы

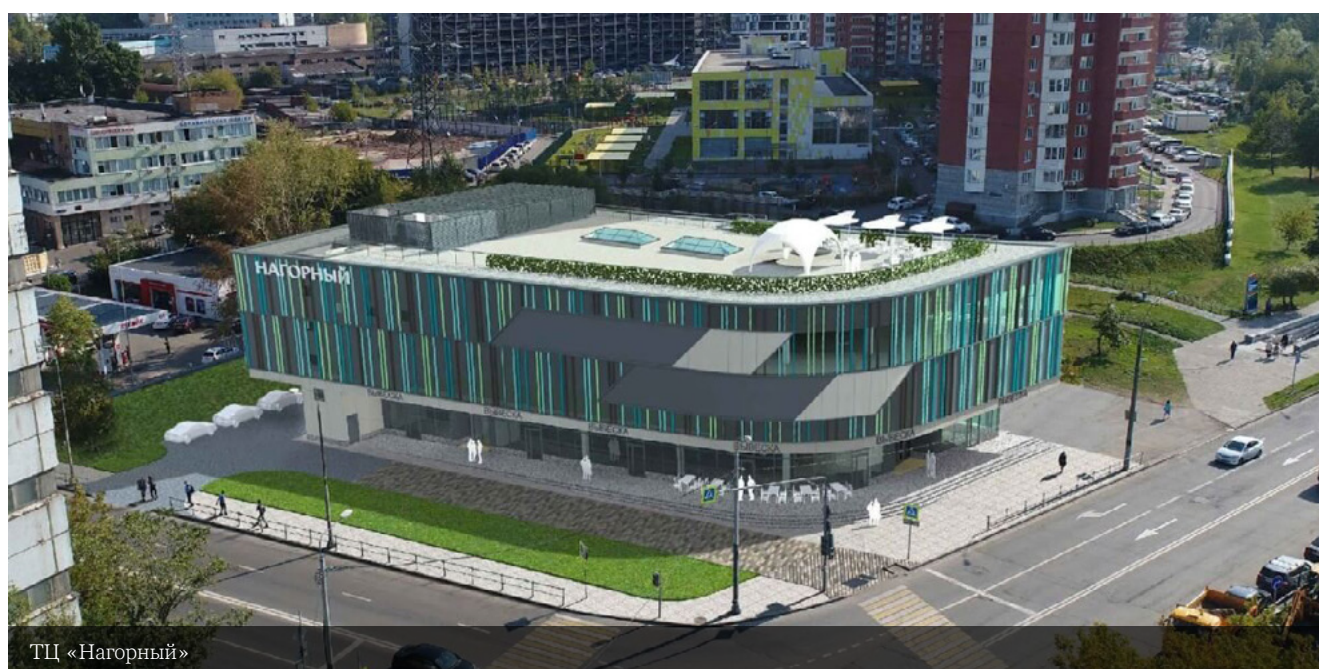
Профиль арендатора		Диапазон базовых арендных ставок, руб./м²/год*		% от товаро-оборота
		Крупные торговые центры	Малые торговые центры (до 10 лет)	
Супермаркет (1 000–2 000 м²)		8 000–18 000	15 000–22 000	4–6
Супермаркет (450–900 м²)		18 000–35 000	18 000–35 000	4–7
Товары для дома (<1 500 м²)		0–10 000	8 000–12 000	6–8
Бытовая техника и электроника (1 200–1 800 м²)		6 000–15 000	6 000–15 000	2,5–5
Спортивные товары (1 200–1 800 м²)		6 000–12 000	6 000–12 000	5–8
Детские товары (1 200–2 000 м²)		6 000–12 000	6 000–12 000	4–8
Операторы торговой галереи**:				
Якоря	более 1 000 м²	10 000–20 000	0–12 000	4–10
Мини-якоря	700–1 000 м²	15 000–30 000	0–14 000	6–10
Мини-якоря	500–700 м²	20 000–50 000	0–15 000	6–10
	300–500 м²	20 000–60 000	0–25 000	5–12
	150–300 м²	40 000–100 000	8 000–25 000	6–14
	100–150 м²	50 000–120 000	15 000–40 000	10–14
	50–100 м²	50 000–130 000	15 000–50 000	12–14
	0–50 м²	50 000–180 000	20 000–100 000	10–14
Досуговые концепции:				
Развлекательные центры (2 000–4 000 м²)		4 000–8 000	4 000–6 000	10–15
Кинотеатры (2 500–5 000 м²)		0–6 000	0–4 000	8–10
Общественное питание:				
Food-court		120 000–150 000	50 000–100 000	10–15
Кафе		50 000–90 000	20 000–80 000	12–14
Рестораны		20 000–50 000	0–25 000	10–12

* Коммерческие условия, обсуждаемые в процессе переговоров

** Верхние границы арендных ставок относятся к наиболее успешным и востребованным торговым центрам Москвы

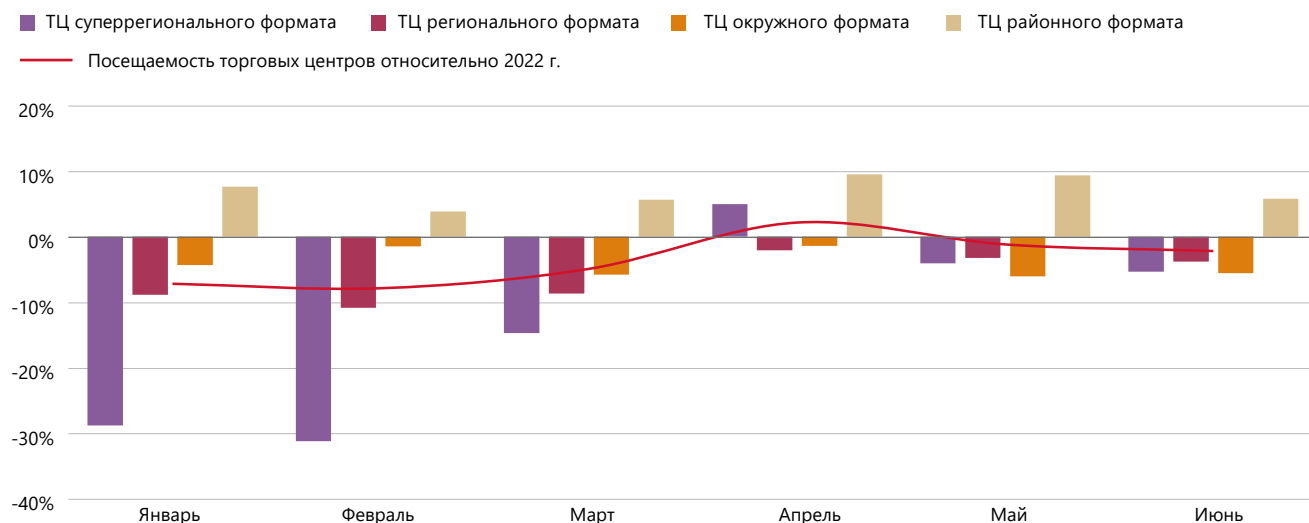
Ставки аренды указаны без учета НДС и операционных расходов

Источник: NF Group Research, 2023



ТЦ «Нагорный»

Уровень посещаемости торговых центров Москвы разных форматов в течение I полугодия 2023 г. в сравнении с аналогичным периодом в 2022 г.



Источник: Focus Technologies, 2023

Ситуация по отдельным объектам складывается более позитивно. Стабильно высокий уровень посещаемости стал характерной чертой для большинства торговых центров районного формата. Это оправдывается локализацией торговых центров в жилых массивах и вблизи транспортных узлов, которые являются точками притяжения горожан. Более того, торговые комплексы такого формата ориентированы на повседневный спрос, благодаря чему остаются востребованными на ежедневной основе. Так, ключевые игроки рынка постепенно переосмысливают подходы к реализации своих товаров, разрабатывают концепции компактных точек продажи параллельно своим обычным форматам. Например, «М.Видео» разработали торговые точки «М.Компакт».

Прогноз

Несмотря на то, что рынок постепенно восстанавливается, девелоперская активность по-прежнему остается зависимой от внешних факторов, а между тем тренд на сдержанный ввод только укрепляет позиции. Таким образом, объем новых открытий, который можно ожидать по итогам 2023 г., составляет 130 тыс. м², что на

5% выше, чем в 2022 г. Тем не менее объем нового предложения не удовлетворяет активность арендаторов, которым требуются качественные торговые объекты.

Новое строительство тяготеет преимущественно к периферии Москвы, что связано с форматами торговых центров, которые комфортно встраиваются в строящиеся жилые массивы. Мы ожидаем, что в ближайшей перспективе в строительстве торговых центров районного формата будут задействованы девелоперы жилья, что позволит повысить показатели по объему вводимых площадей.

Пик доли вакантности в торговых центрах пройден, далее прогнозируется снижение до значений допандемийного 2019 г. С учетом того, что крупные открытия произойдут уже в августе, к концу года можно ожидать уровня свободных площадей в пределах 6–7%.

Локальные максимумы по посещаемости следует ожидать в последнюю неделю августа и в начале сентября в связи с началом нового бизнес-сезона, сборами детей в школу, а также в результате обнародования новых коллекций у российских и иностранных ритейлеров после ребрендинга.

Тренды:

- > **Увеличение числа торговых центров районного формата.**
- > **Низкие темпы девелоперской активности.**
- > **Реконцепция и бютификация торговых центров.**
- > **Активная экспансия российских ритейлеров.**
- > **Увеличение числа мультибрендовых магазинов: дебюты новых игроков и расширение точек продажи уже опытных ритейлеров.**

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



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

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

КОНСАЛТИНГ И АНАЛИТИКА

Ольга Широкова

Партнер, Региональный директор

OS@nfgroup.ru

ОЦЕНКА НЕДВИЖИМОСТИ

Ольга Решетнякова

Директор

OR@nfgroup.ru

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Евгения Хакбердиева

Региональный директор

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.