

# РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

III квартал 2023 г.



МФК «Прокшино»

**Евгения Хакбердиева**

Региональный директор  
департамента торговой  
недвижимости NF Group

«Сегмент торговой недвижимости в Москве активно восстанавливается: качественные торговые центры\* заполняются новыми арендаторами, на фоне этого растет трафик относительно показателей прошлого года. Стоит отметить, что рост посещаемости отмечается не только во время выходных и праздничных дней, но и в будни. В ближайшее время в условиях поглощения большинства топовых площадок на рынке может сформироваться дефицит качественных торговых площадей».

## Ключевые события

- > Открытие двух торговых центров в Западном АО – ТЦ «Звёздный» и ТЦ «Кувшинка».
- > Выход на российский рынок 4 иностранных брендов из Турции, Белоруссии и Киргизии.
- > Переоткрытие бренда Tommy Hilfiger.

### Основные показатели\*

|                                                                                                          |                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендопригодная), млн м <sup>2</sup>               | 14,5/7,4                |
| Объем открытых торговых центров в I–III кв. 2023 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м <sup>2</sup> | 46,7/37,6               |
| Планируется к открытию до конца 2023 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м <sup>2</sup>             | ≈57,9/≈43,5             |
| Доля вакантных площадей, %                                                                               | 9,8%<br>(–5,8 п. п.) ** |

### Условия аренды в торговых центрах Москвы\*\*\*:

|                                              |           |
|----------------------------------------------|-----------|
| торговая галерея, руб./м <sup>2</sup> /год   | 0–180 000 |
| якорные арендаторы, руб./м <sup>2</sup> /год | 0–50 000  |

### Операционные расходы:

|                                              |              |
|----------------------------------------------|--------------|
| торговая галерея, руб./м <sup>2</sup> /год   | 9 000–25 000 |
| якорные арендаторы, руб./м <sup>2</sup> /год | 1 500–4 000  |

### Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м<sup>2</sup>/1 000 жителей

595

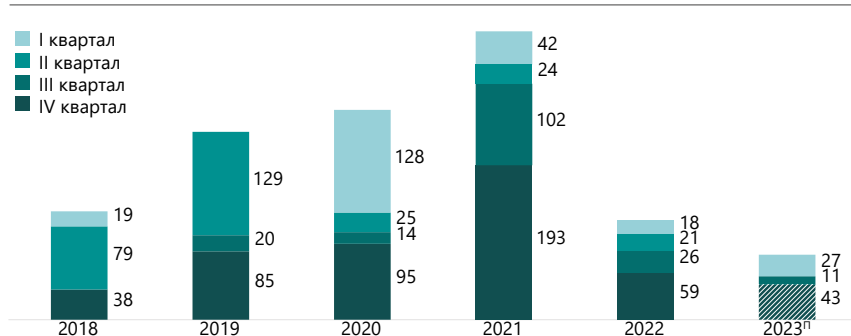
\* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий, объединенных общей концепцией и единым управлением

\*\* 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 открытия торговых центров в Москве, тыс. м<sup>2</sup>



Источник: NF Group Research, 2023

\* Качественный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий, объединенных общей концепцией и единым управлением, доля сетевых арендаторов в которых составляет 50% и более.

## Предложение

По итогам девяти месяцев 2023 г. в Москве было открыто три торговых центра арендопригодной площадью 37,6 тыс. м<sup>2</sup>, что на 42% ниже по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

В течение III кв. 2023 г. открылось два торговых центра микрорайонного формата арендопригодной площадью 10,6 тыс. м<sup>2</sup>, что на 58% меньше, чем в аналогичном периоде прошлого года. Данный показатель является минимальным за последние 5 лет на столичном рынке.

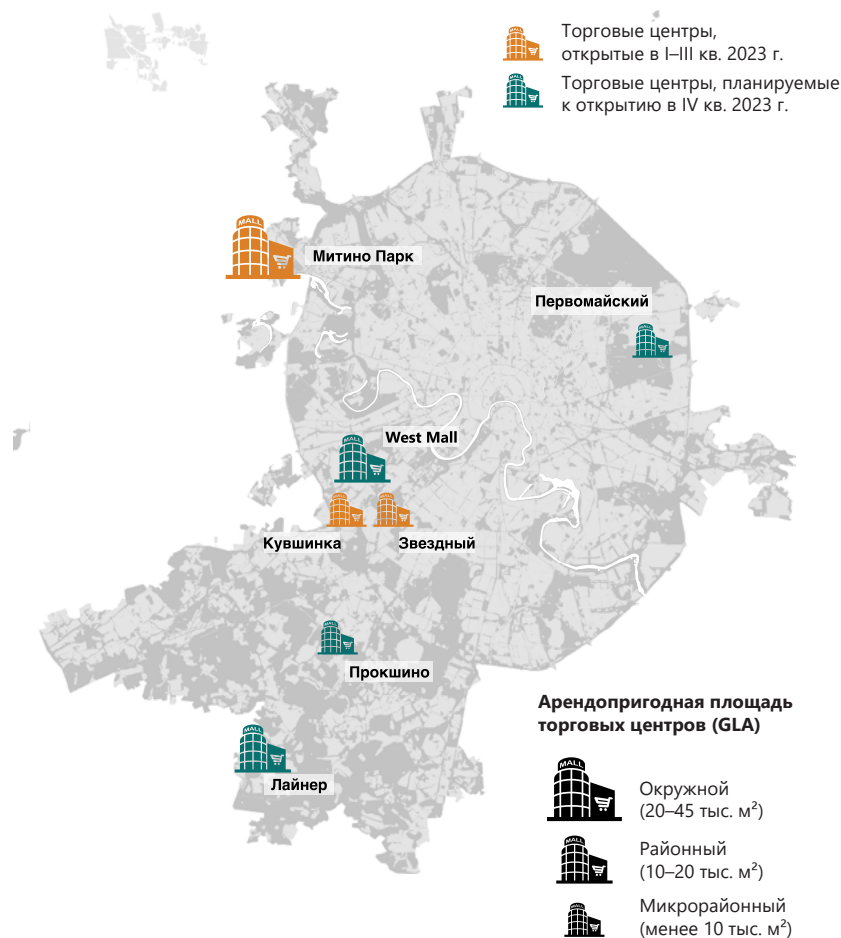
Состоялись открытия двух торговых центров – «Звездный» и «Кувшинка». Оба объекта находятся в Западном административном округе, у станций метро «Проспект Вернадского» и «Озерная» соответственно. Расположение вблизи транспортно-пересадочных узлов является стратегией устойчивого развития малоформатных торговых объектов, поскольку оно позволяет привлекать трафик, включающий в себя жителей и работников района, а также транзитный трафик метро.

Торговый центр «Звездный» – это проект реконструкции здания старого кинотеатра без сноса и расширения строительной площади. В проекте открылись преимущественно операторы общественного питания: «Гурманика», «Шоколадница», French bakery, «Теремок», Соfix, «Мангал Сити».

На рынке торговой недвижимости отмечается тренд на снижение девелоперской активности и сокращение открытия новых объектов. Это связано с рядом факторов: ростом ключевой ставки, увеличением стоимости строительства, сдержанными планами по развитию ретейлеров, рациональной моделью поведения потребителей.

Сокращение объемов нового предложения также связано с переносом сроков открытия торговых центров в среднем от 6 месяцев до 2 лет. Основными причинами этого являются удлинение сроков строительства и «недозаполненность» объектов на фоне продолжительного процесса согласования коммерческих условий с якорными арендаторами, которые сейчас представлены крупными российскими игроками, ставшими более требовательными в выборе помещений.

Торговые центры, открытые в I–III кв. 2023 г. и планируемые к открытию до конца 2023 г.



Источник: NF Group Research, 2023

Соотношение перенесенных и реализованных открытий на московском рынке торговой недвижимости, тыс. м<sup>2</sup>



Источник: NF Group Research, 2023

За девять месяцев 2023 г. были перенесены сроки открытий 9 торговых центров арендопригодной площадью 77,1 тыс. м<sup>2</sup>. В контексте 2023 г. «перенесенное строительство» доминирует над объемом открытых торговых центров в 2 раза. Тем не менее в разрезе последних пяти лет данный показатель является минимальным.

С учетом корректировки сроков завершения строительства до конца года ожидается открытие еще 43,5 тыс. м<sup>2</sup> торговых площадей. Объем нового предложения будет представлен четырьмя объектами – МФК West Mall (15,3 тыс. м<sup>2</sup>), ТЦ «Первомайский» (9,7 тыс. м<sup>2</sup>), МФК «Прокшино» (8 тыс. м<sup>2</sup>), ТЦ «Лайнер» (10,5 тыс. м<sup>2</sup>).

Что касается форматов торговых центров, то девелоперы в большей степени ориентированы на районные и микрорайонные объекты. Объем строящихся объектов, представленных малоформатными торговыми центрами, составляет 43,5 тыс. м<sup>2</sup>.

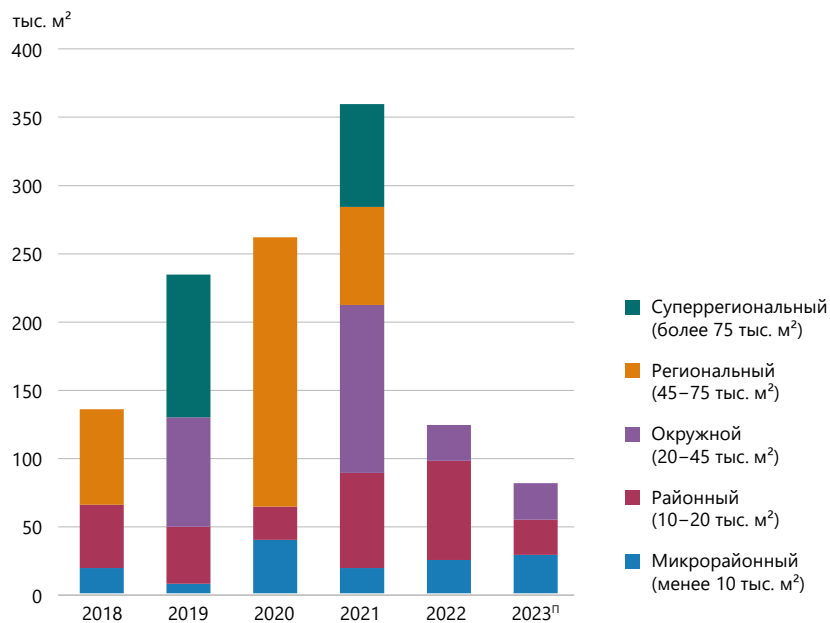
Микрорайонные и районные торговые центры зарекомендовали себя как наиболее устойчивая форма коммерческой недвижимости под торговлю. Якорные арендаторы в таких объектах – операторы, нацеленные на удовлетворение базовых, первичных потребностей населения. Их характерная черта – устойчивость к колебаниям рынка и экономики. В число таких арендаторов входят сетевые продуктовые операторы и общественное питание.

## Вакантность

Доля свободных площадей в московских торговых центрах продолжает сокращаться. На конец III кв. 2023 г. показатель достиг значения 9,8%. Снижение относительно прошлого квартала составило 2,4 п. п., изменение в сравнении с пиковым значением IV кв. 2022 г. – 5,8 п. п.

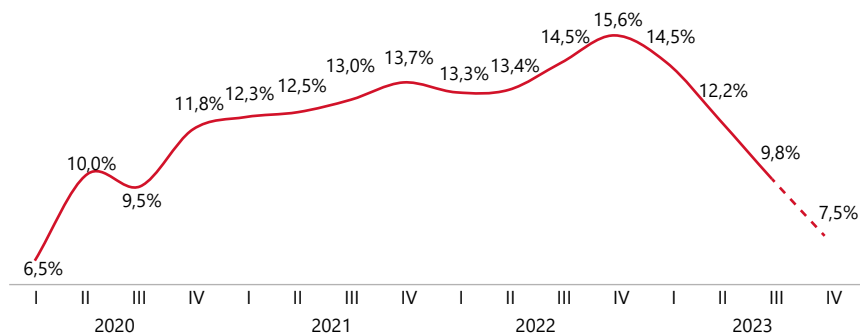
В суперрегиональных торговых центрах доля свободных площадей с середины года снизилась на 2,8 п. п. и по данным на конец сентября составила 11,4%.

Структура открытий торговых центров в Москве, тыс. м<sup>2</sup>



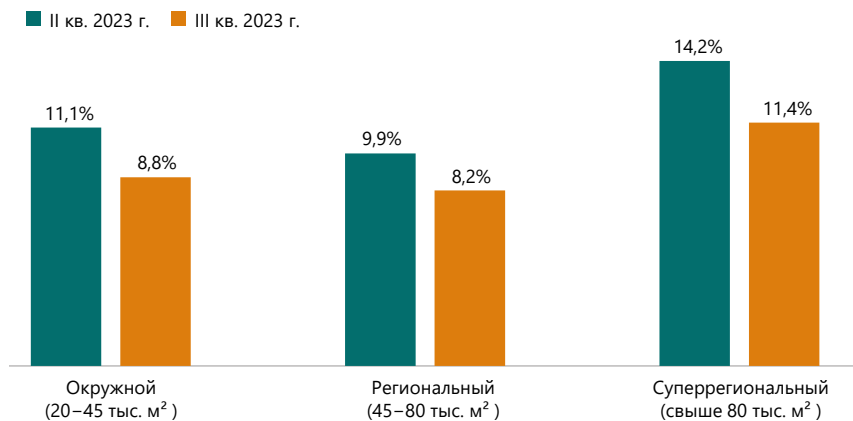
Источник: NF Group Research, 2023

Динамика доли свободных площадей в торговых центрах Москвы



Источник: NF Group Research, 2023

Изменение доли свободных площадей в разных форматах торговых центров Москвы



Источник: NF Group Research, 2023



Примеры сделок по аренде помещений брендом Just Clothes в III кв. 2023 г.

| Торговый центр      | Площадь, м² |
|---------------------|-------------|
| Авиапарк            | ~ 1 300     |
| Мега (Химки)        | ~ 1 345     |
| Мега (Теплый Стан)  | ~ 680       |
| Европолис Ростокино | ~ 1 140     |
| Метрополис          | ~ 2 125     |

Источник: NF Group Research, 2023

Это связано с совокупностью событий: открытием fashion-ритейлера Just Clothes, который занимает крупные площади из-под японского оператора Uniqlo, развитием мебельного ритейла (Kelebek и «Мебельрум») и операторов комнатных растений – RONI green house. Тем не менее по сравнению с другими форматами доля свободных площадей в крупных объектах остается на высоком уровне.

В торговых центрах регионального формата доля свободных площадей составляет 8,2%, что ниже на 1,7 п. п. по сравнению с данными на начало июля 2023 года. Региональные торговые центры заполняются быстрыми темпами. Основное предложение в них представлено помещениями от 1 500 м² до 4 000 м², которые интересуют российских ритейлеров. Так, в течение III кв. 2023 г. ТЦ «Европейский» пополнился флагманами Gloria Jeans и Lime. На региональный формат торговых центров также пришлось развитие мебельного ритейла: в ТРЦ «Мозаика» состоялось открытие бренда «ГУД ЛАКК», который объединил мебель от производителей, прежде поставлявших свои товары в IKEA.

Доля скрытой вакантности на конец III кв. 2023 г. составляет 1% и включает площади из-под гипермаркетов Decathlon и бренда Adidas.

## Спрос

Устойчивость тренда на снижение вакантности является результатом агрессивной экспансии российских сетевых операторов, включающей в себя расширение действующих операторов и создание новых концепций. Так, например, в III кв. 2023 г. на рынок вышли такие игроки, как Just Clothes от lady & gentleman city и Idol от MFG.

Вместе с тем пик экспансии российских ритейлеров был пройден. Крупные fashion-компании заняли большинство топовых локаций. Теперь стратегии их развития направлены на освоение, адаптацию, отлаживание операционных процессов с целью выстраивания клиентоцентричного подхода, который позволит им увеличить лояльность посетителей к offline-магазинам, улучшить клиентский опыт.

«Золотое яблоко» в ТЦ «Неглинная галерея» акцентирует внимание на отделе, посвященном товарам для дома, расширяет его ассортимент. В целом эта категория товаров остается самой неизученной нишей крупных российских игроков, поэтому они пытаются ее освоить. В числе желающих – MFG с концепцией Zarina Home. Сегмент товаров для дома рассматривает оператор Just Clothes. Увеличение разнообразия ассортимента является логичным развитием для устоявшихся и узнаваемых на рынке брендов.

С III кв. 2023 г. отмечается возобновление активности опытных иностранных ритейлеров, известных российскому потребителю. Открытия крупных

международных брендов происходят в отсутствие маркетинговой кампании, но при этом они продолжают развиваться, расширяют свои сети, работают на свою целевую аудиторию. Новый монобрендовый магазин площадью 100 м² был открыт немецким ритейлером Karl Lagerfeld в ТРЦ «Европейский». Количество магазинов также увеличил итальянский бренд Aeronautica Militare. Свою работу возобновили магазины Tommy Hilfiger в ТРЦ «Авиапарк» и ТЦ «Метрополис».

На рынке продолжают развиваться и расширяться мультибрендовые магазины. Открылись магазины Amazing Red. В основном ассортимент представлен именно брендом Puma, также в магазинах можно найти товары от Nike, Asics и других спортивных операторов. В ТЦ «Метрополис» в III кв. 2023 г. состоялось открытие мультибрендового ритейлера Nonconform.

Спрос на крупные помещения исходит и от ритейлеров развлекательного сегмента. Среди новых концепций можно отметить акватермальные комплексы. В ТРЦ «Вэйпарк» реализуется проект термального комплекса Termoland, арендатор занял помещение площадью 19 тыс. м².

Что касается культурно-просветительских концепций, а именно лекториев и библиотек, то они рассматривают в торговых центрах преимущественно корнеры. Пример реализованной концепции сейчас работает на базе торгового центра «Ангара» в Москве.

Примеры российских брендов, которые заняли площади ушедших международных ритейлеров в 2023 году в торговых центрах Москвы

| Торговый центр   | Текущий арендатор | Предыдущий арендатор | Площадь, м² |
|------------------|-------------------|----------------------|-------------|
| Columbus         | Lime              | Uniqlo               | ~ 1 275     |
| Авиапарк         | Love Republic     | H&M                  | ~ 1 450     |
| Метрополис       | Rendez-Vous       | Uniqlo               | ~ 1 165     |
| Европейский      | Kalina            | Marks&Spencer        | ~ 2 306     |
| Павелецкая Плаза | Befree            | H&M                  | ~ 1 613     |

Источник: NF Group Research, 2023

## Новые бренды

За девять месяцев на российский рынок вышло 16 новых международных операторов из 5 стран мира: Турции, Белоруссии, Эстонии, Австралии и Киргизии. Это значение превышает показатель всего 2022 года на 46%.

В течение III кв. 2023 г. российский рынок пополнился еще четырьмя иностранными брендами: киргизский бренд женской одежды AYAL, белорусский fashion-оператор Comintern, турецкие одежный ретейлер AVVA и бренд товаров для дома Kelebek.

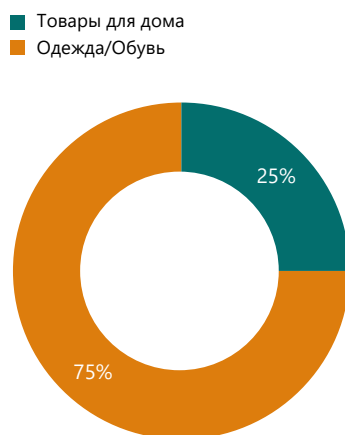
У новых международных операторов более широкая география открытия первых магазинов в России: Москва, Санкт-Петербург и Уфа. Во многом это связано с тем, что бренды открываются по франшизе опытными игроками, у которых есть своя сеть магазинов, и эти бренды приходят на смену ушедшим западным партнерам.

По-прежнему большинство новых брендов представлено в fashion-сегменте, поскольку одежда и обувь являются товарами, наиболее востребованными у потребителей, после продовольственных.

Расстановка сил в контексте ценового сегмента за период III кв. 2023 г. изменилась. В настоящий момент большая доля иностранных брендов выходит в ценовом сегменте «ниже среднего / средний». Целевая группа таких операторов гораздо шире, что позволяет им становиться востребованными в более короткие сроки, нежели брендам из премиального сегмента.

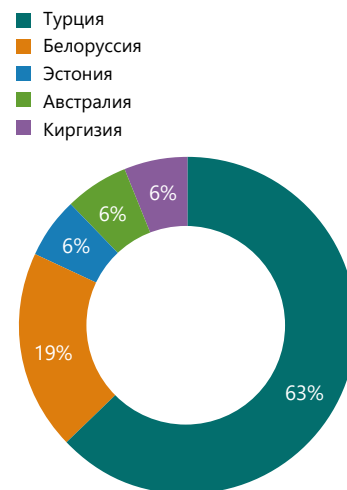
Новые международные операторы постепенно пополняют торговые центры в столице. Среди новых иностранных брендов число offline магазинов увеличивают в основном бренды с востока. Активно растет доля турецкого ретейла, новыми операторами в течение 9 месяцев 2023 г. в сумме было открыто 29 новых магазинов. Практически половина из них приходится на бренды Mudo и Loft. Первый ретейлер за прошедшие девять месяцев открыл восемь магазинов, второй – пять.

Профили международных операторов, вышедших в I–III кв. 2023 г.



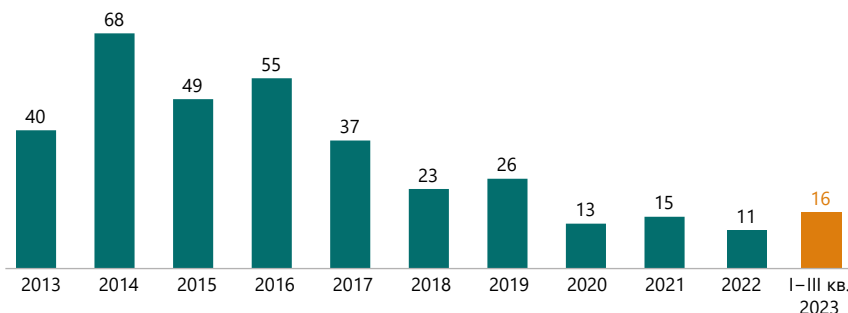
Источник: NF Group Research, 2023

Происхождение международных брендов, вышедших на российский рынок в I–III кв. 2023 г.



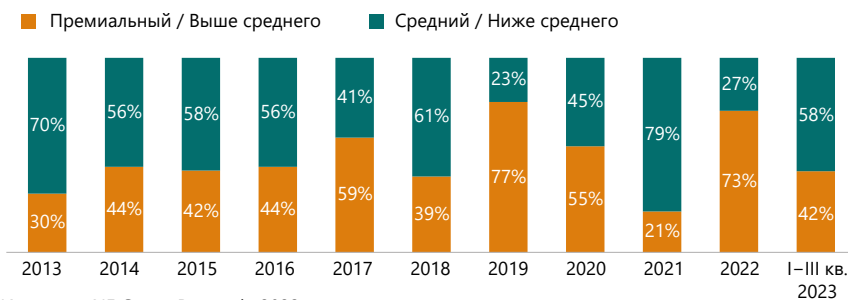
Источник: NF Group Research, 2023

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

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

| Название ТЦ                                                                                                                                                                     | Бренд           | Страна происхождения | Профиль                  | Ценовой сегмент |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----------------------|--------------------------|-----------------|
| Авиапарк<br>Афимолл<br>Метрополис                                                                                                                                               | NetWork         | Турция               | Мужская и женская одежда | Выше среднего   |
| Авиапарк<br>Афимолл<br>Европолис Ростокино<br>Метрополис                                                                                                                        | Club            | Турция               | Мужская и женская одежда | Выше среднего   |
| Мега Химки<br>Океания<br>Ривера<br>Европейский                                                                                                                                  | Madame Coco     | Турция               | Товары для дома          | Средний         |
| Афимолл                                                                                                                                                                         | AC&Co           | Турция               | Мужская одежда           | Выше среднего   |
| Щелковский<br>Мега Белая Дача<br>Европолис Ростокино<br>Метрополис<br>Vegas Крокус Сити                                                                                         | Loft (Colin's)  | Турция               | Мужская и женская одежда | Средний         |
| Щелковский                                                                                                                                                                      | Swed House      | Белоруссия           | Товары для дома          | Средний         |
| Невский центр (СПб)<br>Охта Молл (СПб)                                                                                                                                          | BonBon Lingerie | Эстония              | Нижнее белье             | Средний         |
| Европейский<br>Каширская Плаза<br>Кунцево Плаза<br>Vegas Каширское<br>Европолис Ростокино<br>Капитолий Вернадского<br>Outlet Village Белая Дача<br>Outlet Village Пулково (СПб) | Mudo            | Турция               | Мужская и женская одежда | Ниже среднего   |
| Афимолл                                                                                                                                                                         | Pizhon          | Белоруссия           | Мужская одежда           | Средний         |
| Галерея (СПб)                                                                                                                                                                   | 2XU             | Австралия            | Спортивная одежда        | Выше среднего   |
| Европолис Ростокино                                                                                                                                                             | Oxho            | Турция               | Женская одежда           | Средний         |
| Авиапарк                                                                                                                                                                        | Karaca Home     | Турция               | Товары для дома          | Средний         |
| Мозаика                                                                                                                                                                         | AYAL            | Киргизия             | Женская одежда           | Средний         |
| Мега Уфа                                                                                                                                                                        | Comintern       | Белоруссия           | Мужская и женская одежда | Средний         |
| Мега Теплый Стан                                                                                                                                                                | Kelebek         | Турция               | Товары для дома          | Выше среднего   |
| Галерея (СПб)                                                                                                                                                                   | AVVA            | Турция               | Мужская одежда           | Премиальный     |

Источник: NF Group Research, 2023

# Коммерческие условия

Коммерческие условия в 2023 году остаются неизменными. На протяжении девяти месяцев это было связано с объемом вакантных площадей, вышедших на рынок в начале 2023 г. и требовавших поглощения быстрыми темпами. По итогам III кв. 2023 г. картина начинает меняться, поскольку в качественных торговых объектах уровень вакантности снижается до своих исторических значений, но говорить о повышении базовых ставок пока еще рано.

# Посещаемость торговых центров

Средний уровень посещаемости торговых центров Москвы к концу III кв. 2023 г. вырос относительно прошлого года. Такая закономерность связана с увеличением присутствия брендов в торговых центрах. Заметно, что большинство игроков рынка возвращаются к offline-ритейлу.

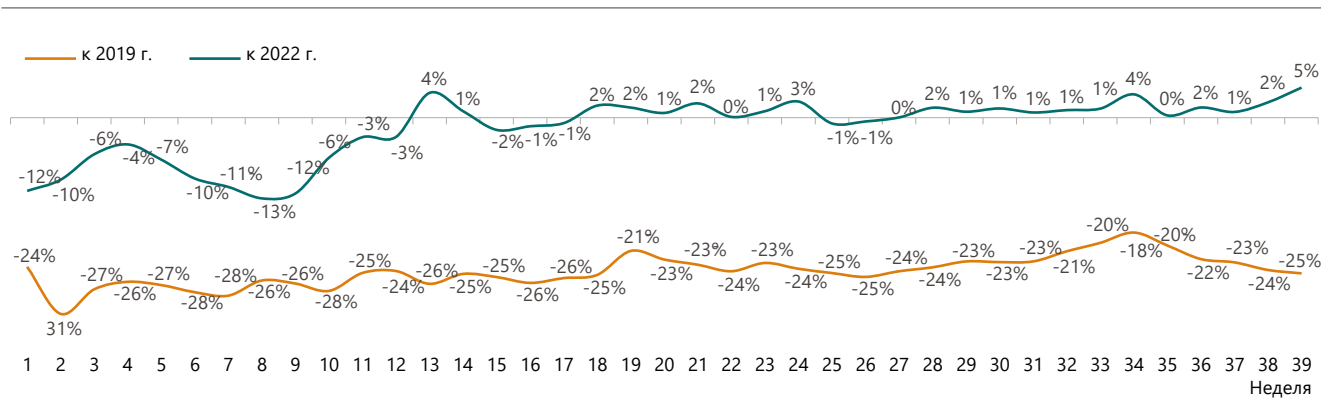
Посещаемость растет медленными темпами, тем не менее ретейлеры разрабатывают новые способы привлечения посетителей, например, создают креативные площадки и кофейни внутри магазинов, предоставляют в торговых центрах более широкий ассортимент товаров, а также предлагают эксклюзивные акции для покупателей.

## 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)                   |                | 8 000–24 000                                   | 15 000–26 000                     | 4–7                 |
| 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                      | 5–6                 |
| Детские товары (1 200–2 000 м²)                |                | 6 000–12 000                                   | 6 000–12 000                      | 4–7                 |
| Операторы торговой галереи**:                  |                |                                                |                                   |                     |
| Якоря                                          | более 1 000 м² | 10 000–20 000                                  | 0–12 000                          | 4–12                |
| 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

## Уровень посещаемости торговых центров Москвы I–III кв. 2023 г. в сравнении с аналогичным периодом в 2019 и 2022 гг.



Источник: Focus Technologies, 2023

## Прогноз

К концу года мы ожидаем открытия еще четырех торговых объектов общей площадью 43,5 тыс. м<sup>2</sup>. Объем открытий по итогам 2023 г. станет минимальным за последние 5 лет, снижение показателя может составить 35%. Уменьшение нового предложения на рынке предрасполагает к дефициту качественных торговых площадей в ближайшей перспективе.

Что касается уровня вакантности в торговых центрах Москвы, то к концу года мы ожидаем долю свободных площадей на уровне 7,5%.

В течение 9 месяцев поглощение в основном касалось крупных помещений с отделкой. К концу года это предложение будет полностью исчерпано, вакантными будут оставаться помещения от 50 до 150 м<sup>2</sup>. Такие лоты

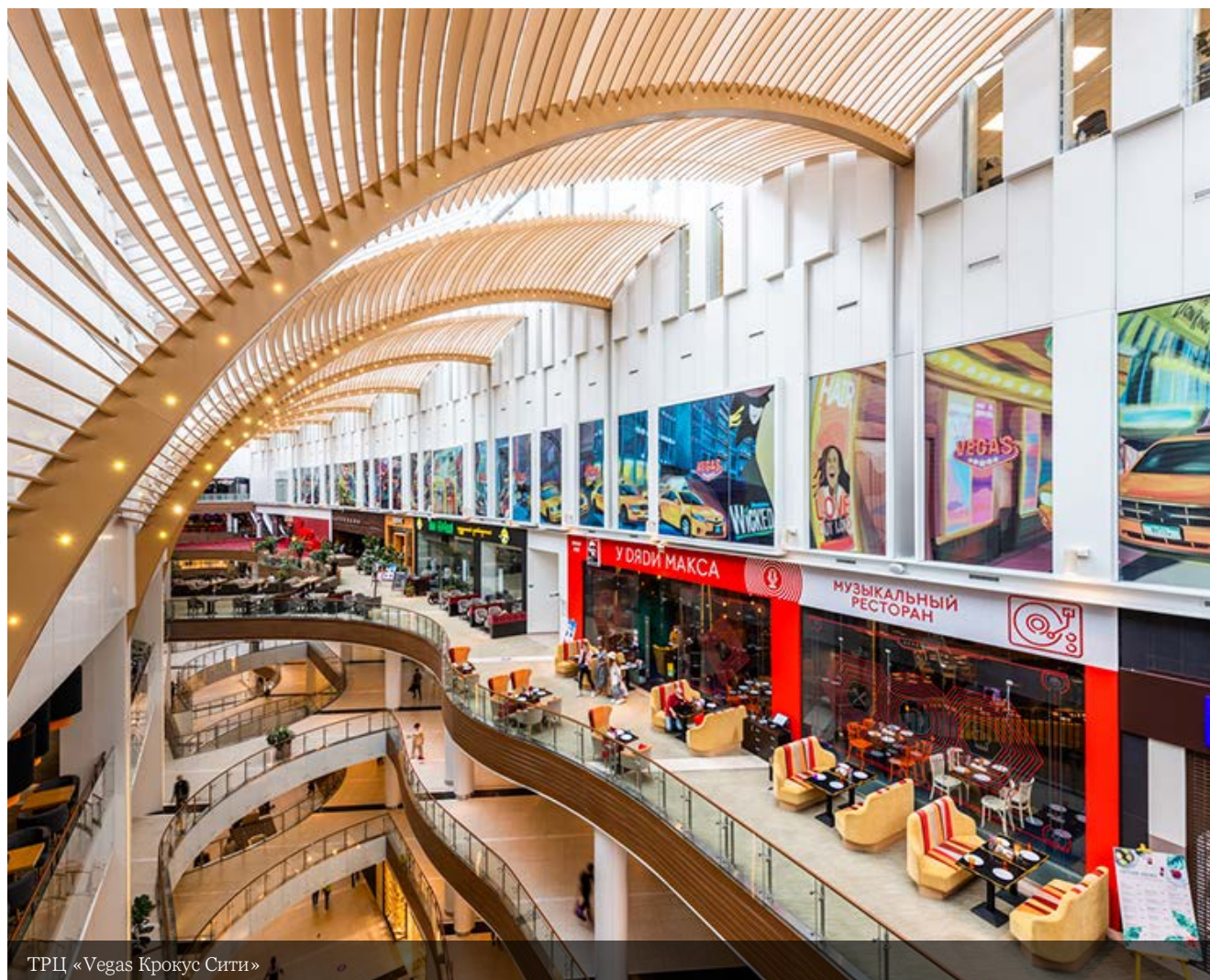
подходят в большинстве своем для реализации новых и молодых концепций, но совсем не являются комплиментарными для стратегий развития брендов – бенефициаров от ухода иностранных ретейлеров.

Доля скрытой вакантности также сократится по итогам года, так как свое переоткрытие анонсировал Decathlon. Также к концу 2023 г. ожидается возвращение в московские торговые центры итальянского бренда OVS. Первое открытие пройдет в ТРЦ «Vegas Крокус Сити».

По итогам 2023 года мы ожидаем роста числа иностранных ретейлеров на российском рынке, а также развития уже вышедших международных брендов – увеличения количества магазинов и ассортимента.

## Тренды:

- > Спад агрессивного роста российских ретейлеров
- > Увеличение посещаемости торговых центров
- > Реконцепция существующих торговых центров



ТРЦ «Vegas Крокус Сити»

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

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

## КОНСАЛТИНГ И АНАЛИТИКА

**Ольга Широкова**

Партнер, Региональный директор

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

## ОЦЕНКА НЕДВИЖИМОСТИ

**Ольга Решетнякова**

Директор

OR@nfgroup.ru

## ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

**Евгения Хакбердиева**

Региональный директор

[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.