

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

2023 г.



**Евгения Хакбердиева**

Региональный директор
департамента торговой
недвижимости NF Group

«В начале 2023 г. доля свободных площадей в крупных торговых центрах Москвы достигла рекордных значений. Важную роль в снижении вакантности сыграли российские бренды, которые восприняли уход международных операторов как возможность для развития. Ключевые российские ретейлеры в течение года проводили реконцепции, арендовали новые площади, расширяли ассортиментную матрицу и выводили на рынок новые бренды. Благодаря этому к концу года доля вакантности приблизилась к значению 2019 г., а показатель посещаемости вырос относительно 2022 г. На увеличение трафика положительное влияние оказали операторы общественного питания, развлечений и wellness, предложение которых конкурентно досугу, предлагаемому городом».

Ключевые события

- > Пополнение активов банковских структур торговой недвижимостью: переход торговых центров группы «ТЭН» под управление «Сбера», торговых объектов «Мега» – АО «Газпромбанк – Управление активами».
- > Увеличение числа флагманских магазинов локальными ретейлерами: в ТРЦ «Европейский» состоялись открытия магазинов Gloria Jeans (4 тыс. м²), Lime (3 тыс. м²), «Золотое яблоко» (1,5 тыс. м²); ТРК «Атриум» – Lime (3 тыс. м²); ТЦ «Авиапарк» – Just Clothes (1,3 тыс. м²), Befree (2,3 тыс. м²), Love Republic (790 м²), ТЦ «Метрополис» – Sela (1 тыс. м²).
- > Состоялось открытие крупного термального комплекса Termoland площадью 11 тыс. м² в торговом центре «Зеленопарк».
- > Создание новых брендов российскими операторами: Mascotte вывел на рынок новый бренд Lite; Gulliver Group – GLVR; Melon Fashion Group – Idol.
- > Состоялись переоткрытия бывшей французской сети спортивных товаров Decathlon под новым именем Desport, fashion-ретейлеров от Daher Group (Maag, Vilet, DUB, Ecrú) на месте брендов группы Inditex.

Основные показатели*

Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	14,6/7,5
Открыто в 2023 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	46,7/37,6
Планируется к открытию в 2024 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	≈384,5/≈224,3
Доля вакантных площадей, %	8,4% (-7,2 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	9 000–25 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	1 500–4 000
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м ² /1 000 жителей	574

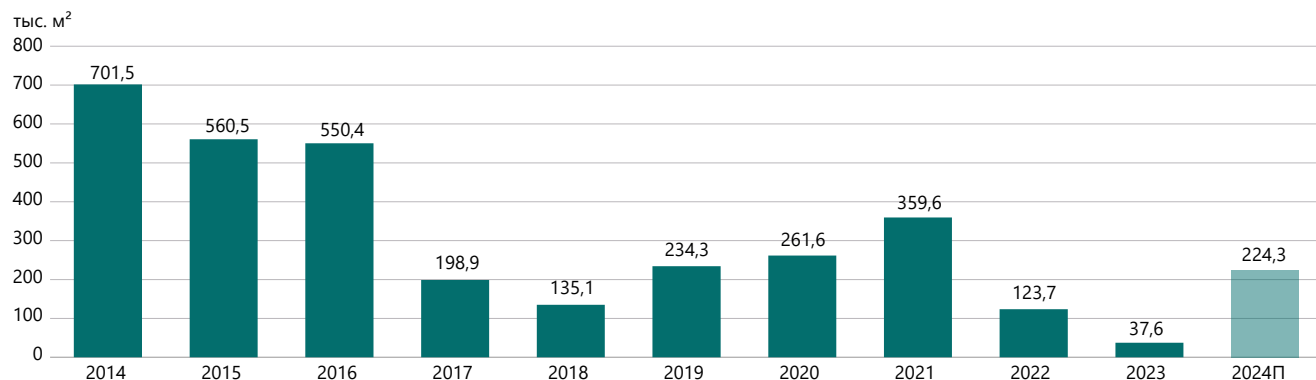
* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий, объединенных общей концепцией и единым управлением

** 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, 2024

Динамика открытия торговых центров в Москве, тыс. м²



Источник: NF Group Research, 2024

Предложение

В 2023 году в Москве открылись три торговых центра арендопригодной площадью 37,6 тыс. м², что на 70% ниже, чем в предыдущем году. Данный показатель является минимальным за последние 10 лет.

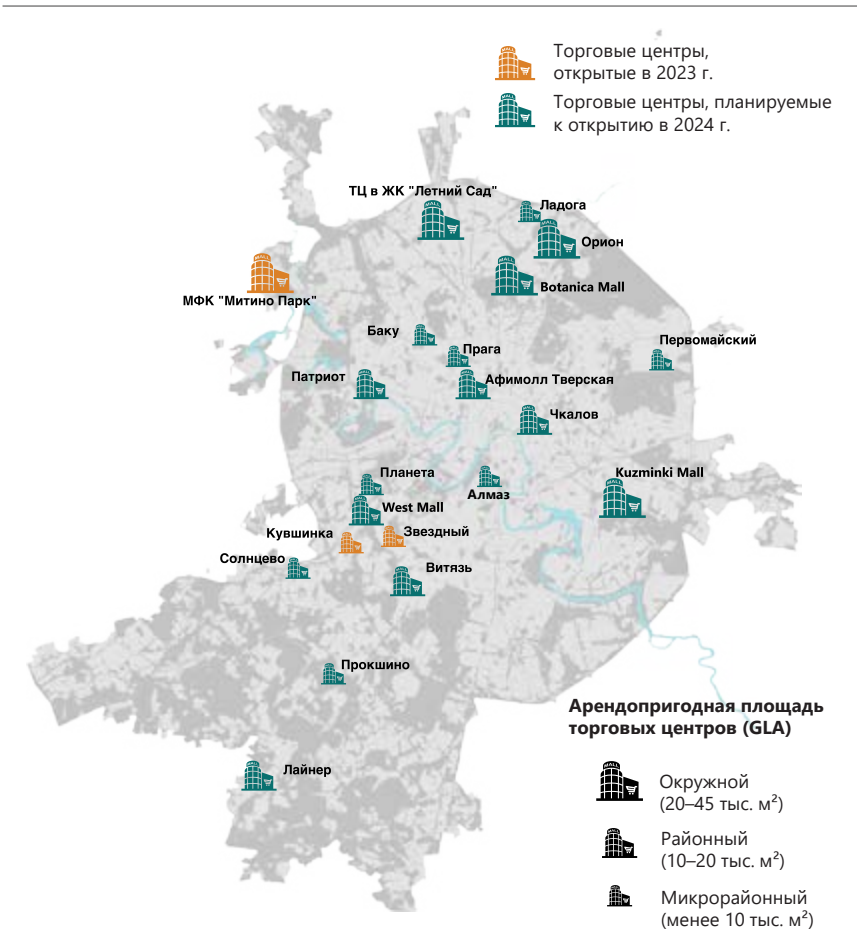
В Москве стали функционировать торговый центр окружного формата МФК «Митино Парк», а также два объекта микрорайонного формата – ТЦ «Кувшинка» и ТЦ «Звездный».

Помимо открытий новых торговых центров, на рынке отмечается тенденция к поэтапной реконцепции морально устаревших объектов. Так, зимой 2023 г. завершился первый этап реконцепции торгового объекта «Мегаполис». В его рамках обновления коснулись состава арендаторов первого этажа. Tenant-mix первого уровня теперь представлен такими ретейлерами, как «Перекресток», «Подружка», «Четыре Лапы», Sokolov, «Айкрафт», Coral Travel и др. Была проведена модернизация интерьера торговой галереи: заменены потолочные системы и освещение.

Средняя площадь торгового объекта по итогам года составила 7,2 тыс. м², что на 42% ниже показателя прошлого года. Уменьшение средней площади связано с трендом на развитие малоформатных объектов.

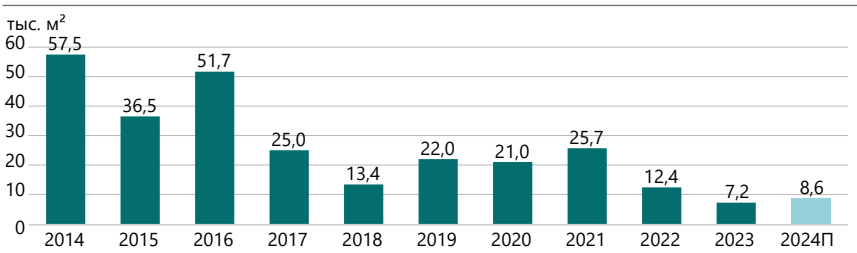
Что касается географии открытий: девелоперы в 2023 г. реализовывали объекты, расположенные на периферии «старой Москвы», внутри жилых массивов. Во многом это связано со спецификой районных торговых центров, которые привлекают местный трафик и направлены на локальное сообщество района.

Торговые центры, открытые в 2023 г. и запланированные к открытию в 2024 г.



Источник: NF Group Research, 2024

Средняя площадь новых торговых центров в Москве, тыс. м²

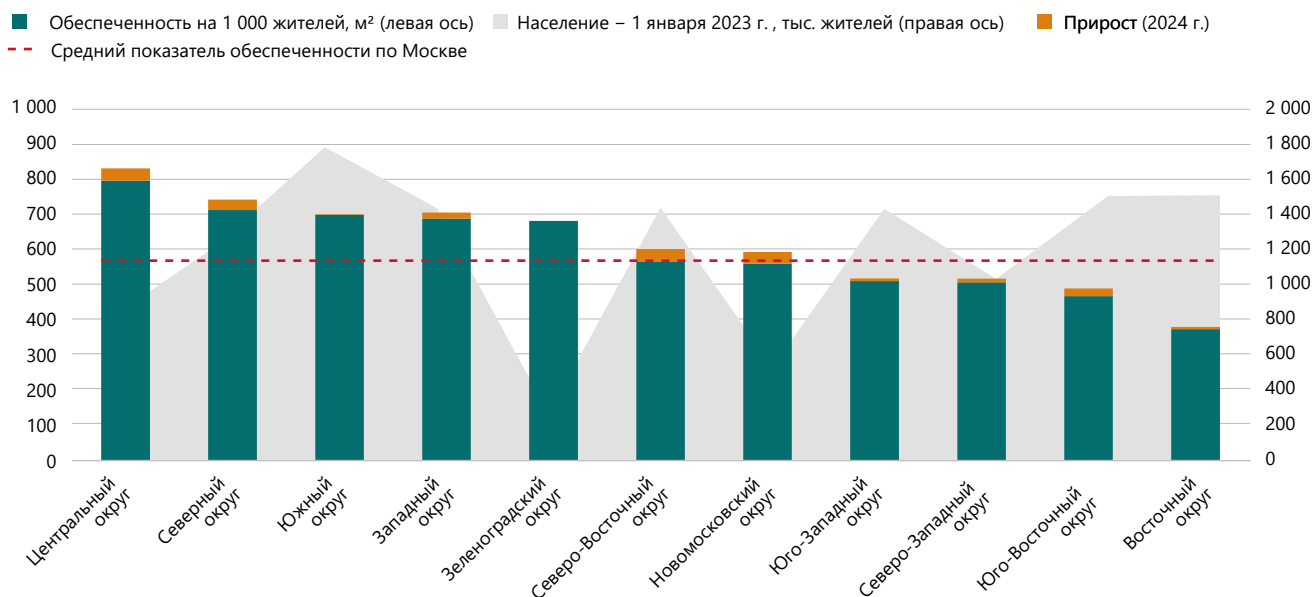


Источник: NF Group Research, 2024

Торговые центры, открытые в Москве в 2023 г.

Название	Округ	Район	Общая площадь, м²	Арендо-пригодная площадь, м²	Формат	Девелопер
МФК «Митино Парк»	СЗАО	Митино	33 000	27 000	Окружной (20–45 тыс. м²)	SIS Development
«Кувшинка»	ЗАО	Очаково-Матвеевское	7 600	5 300	Микрорайонный (менее 10 тыс. м²)	АО «Мосинжпроект»
«Звездный»	ЗАО	Проспект Вернадского	6 254	5 262	Микрорайонный (менее 10 тыс. м²)	ADG Group

Источник: NF Group Research, 2024

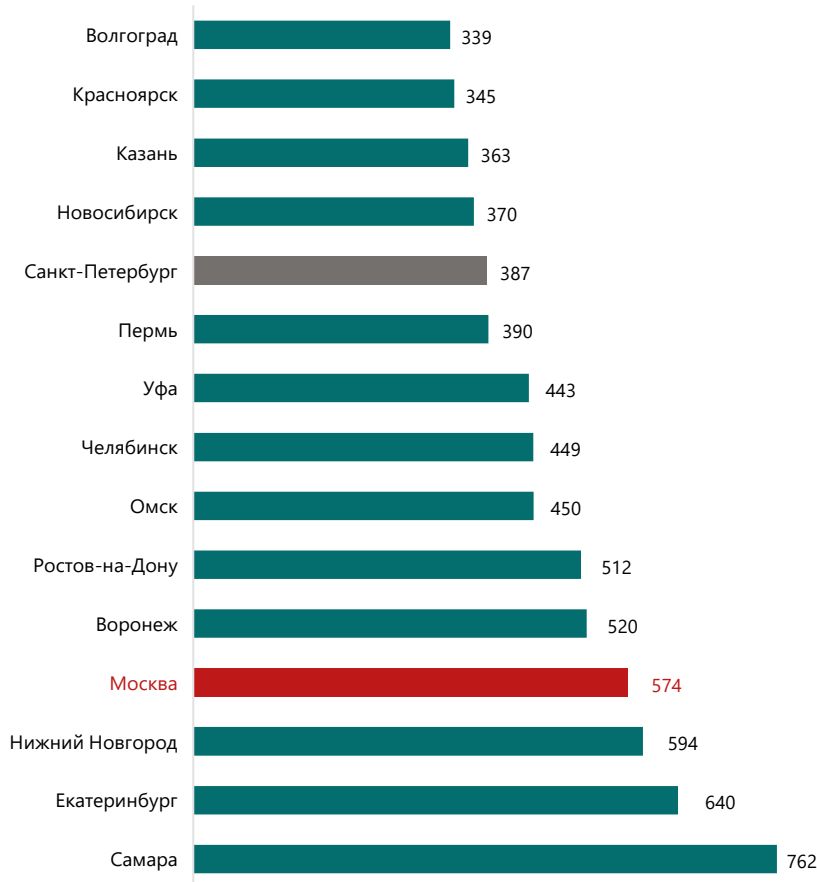
Обеспеченность торговыми площадями жителей Москвы, м²/1 000 жителей

Источник: NF Group Research, 2024

Обеспеченность

По итогам 2023 г. общий объем рынка торговых центров Москвы составил 7,5 млн м², а обеспеченность торговыми площадями на 1 000 жителей – 574 м². Столица входит в топ-пять городов по обеспеченности населения торговыми площадями.

Следует отметить неравномерную обеспеченность жителей Москвы торговыми площадями. Максимальный показатель обеспеченности наблюдается в ЦАО – 797 м² на 1 000 чел. Это связано с преобладанием общественно-деловой функции в центре и низкой численностью населения. Самый низкий показатель обеспеченности в ВАО – 373 м² на 1 000 чел.: на данный округ приходится 562,9 тыс. м² качественных торговых площадей (на 8,5% ниже, чем в ЦАО), численность горожан округа больше практически в два раза. Нехватка торговых центров здесь связана с историческим развитием «серой» зоны на данной территории. Тем не менее с трендом на проведение КРТ в будущем в ВАО сформируется сеть торговых объектов районного и микрорайонного форматов.

Обеспеченность городов торговыми центрами, м²/1 000 жителей

Источник: NF Group Research, 2024

Вакантность

По итогам 2023 г. доля свободных площадей в торговых центрах Москвы снизилась на 7,2 п. п. и достигла уровня 8,4%. Такие высокие темпы поглощения вакантных площадей стали возможны по причине активной экспансии российских fashion-ритейлеров. 77% торговых центров Москвы заполнены более чем на 90%. Менее чем на 80% заполнено около 10% торговых объектов столицы, в их число входят торговые центры «Мега», в которых незанятыми остаются площади из-под якорного арендатора.

Снижение доли свободных площадей произошло по всем форматам торговых центров. К концу 2023 года в окружных торговых центрах вакантными оставались 6,5% площадей, в региональных – 5,9%, суперрегиональных – 10,6%.

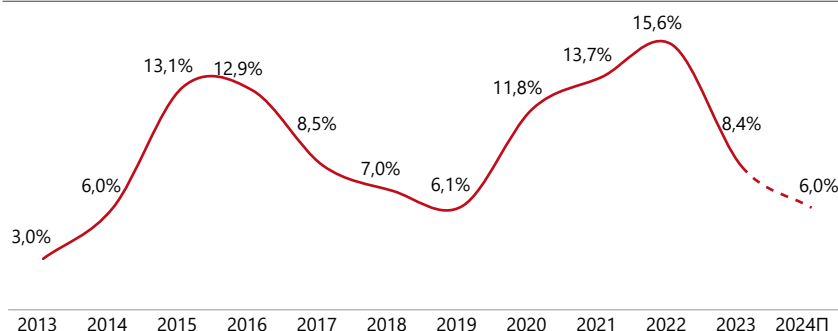
Спрос

В 2023 г. рынок торговой недвижимости столкнулся с проблемой высокой доли свободных площадей. Это в свою очередь стало поводом к активной экспансии российскими ритейлерами.

Локальные бренды занимали площади, освободившиеся после ухода иностранных брендов, по разным планировочным схемам:

- > аренда целого помещения*: Lime арендовал площадь из-под H&M в ТЦ «Мега Химки» (~4 тыс. м²), Befree – площадь из-под Uniqlo в ТРК «Европолис Ростокино» (~1,9 тыс. м²), «Снежная королева» – площадь из-под H&M в ТРК Vegas Каширское (2,3 тыс. м²), Gloria Jeans – площадь из-под H&M в ТРЦ «Хорошо!» (2,9 тыс. м²) и др.
- > деление лота между несколькими арендаторами: управляющая компания ТЦ «Афимолл» расторгла договор с компанией Inditex, помещения бренда Zara были разделены между целым рядом ритейлеров – Charuel, Intimissimi UOMO, PAN CLUB, MAVEITY, Rendez-vous, 2MOOD, ЕМКА, Falconeri, RS1912 Русские Самоцветы, Tezenis, Ivlev Chef Home BY Kitchen;

Динамика доли свободных площадей в торговых центрах Москвы



Источник: NF Group Research, 2024

Российские ритейлеры и методы освоения рынка

Расширение ассортимента

Synergetic	Косметические средства
Lime	Мужская и детская коллекций
Ralf Ringer	Парфюмерная продукция Товары для дома
Zarina	Мужская и детская коллекция Товары для животных
Sela	Мужская коллекция

Развитие новых брендов

Mascotte	Lite
Gulliver	GLVR
Sokolov	Sokolov Beauty
«Детский мир»	MANU
MFG	IDOL
lady & gentleman CITY	Just Clothes
Gloria Jeans	Ready! Steady! Go! (открытие запланировано на 2024 г.)

Источник: NF Group Research, 2024

Крупные сделки аренды в торговых центрах Москвы в 2023 г.

Ритейлер	Торговый центр	Площадь, м²
Lazurit	«Европолис Ростокино»	7 000
Joki Joya	«Европейский»	6 000
Askona Home	Columbus	5 000
Мебельрум	«Авиапарк»	4 820
Стокманн	Columbus	4 088
Gloria Jeans	«Европейский»	4 000
Lime	«Атриум»	3 000
Lime	«Европейский»	3 000
Румми home	«Мозаика»	2 500
Befree	«Авиапарк»	2 300
Just Clothes	«Метрополис»	2 125
Золотое яблоко	«Европейский»	1 500

Источник: NF Group Research, 2024

* один из самых распространенных случаев аренды помещений после ухода международных брендов.

> объединение лотов: «Слепая курица» открыла свой самый крупный Department store в ТЦ «Афимолл», объединив помещения Marcs&Spencer и часть площади Н&М.

В течение года российские ритейлеры не только арендовали новые площади, но и выводили на рынок новые бренды и расширяли охват целевой аудитории за счет увеличения разнообразия предлагаемого ассортимента.

В начале года большинство ключевых локальных fashion-ритейлеров разработали стратегии развития, в контексте которых их средние площади стали равняться 1,5–2,5 тыс. м². Это в свою очередь позволило брендам занимать локации ушедших иностранных брендов. Что касается товаров для дома, то в течение 2023 г. предложение в этом сегменте увеличилось за счет роста опытных игроков (Askona Home, Hoff, Kuchenland Home, Lazurit, Ormatek) и выхода на рынок новых брендов (Румми home, «Гуд Лакк», «Мебельрум»).

Торговые центры продолжают находиться в фокусе внимания операторов wellness, социальных и образовательных объектов. Это позволяет им в большей степени сблизиться с городом в контексте досуговой составляющей и стать полноценными местами для времяпрепровождения посетителей.

Так, например, в течение года на столичном рынке высокими темпами развивалась сеть фитнес-клубов DDX Fitness, открытия состоялись в ТЦ «Аркадия»* (1,4 тыс. м²), ТЦ «Авиапарк»** (3,7 тыс. м²), ТРЦ «Мозаика» (1,7 тыс. м²), ТЦ «Кувшинка» (1,6 тыс. м²), ТРЦ «Хорошо!» (1,2 тыс. м²) и др. Первый термальный комплекс сети Termoland открылся в Московской области в рамках объекта «Зеленопарк», площадь насчитывает 11 тыс. м². Более человекоориентированным стал торговый центр «Мега Химки», который пополнился двумя операторами в сфере социального обслуживания: «Почта России» (192 м²) и поликлиника Imma (1,8 тыс. м²). Человекоцентричный подход также отразился на tenant-mix ТЦ «Небо», в котором состоялось открытие образовательной концепции центра спортивной подготовки Spartak CityFootball.

Новые бренды

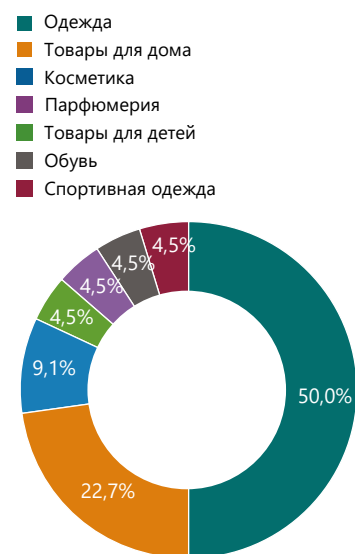
По итогам 2023 г. на российский рынок вышло 22 новых иностранных бренда, ранее не представленных в стране, что в два раза больше, чем в 2022 году.

Большая часть новых брендов представлена в сегменте fashion (50%) и относится к ценовому сегменту «средний/ниже среднего» (55%).

Страна происхождения 50% ритейлеров – Турция. 6 из 11 турецких брендов вышли в сегменте «выше среднего / премиум», что до сих пор негативно сказывается на поиске целевой аудитории операторов: в 2023 г. российский рынок покинули два бренда из Турции – Ipekyol и Twist (вышли на рынок в 2022 г.).

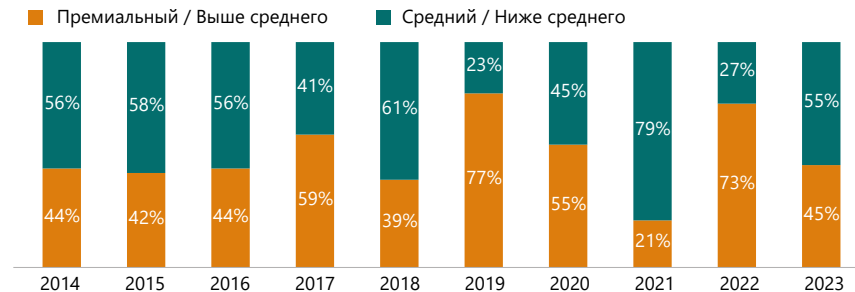
23% операторов являются ритейлерами из Белоруссии, бренды пробуют себя как на столичном, так и на региональном рынках – Санкт-Петербург, Екатеринбург, Уфа.

Профили международных брендов, вышедших на российский рынок в 2023 г.



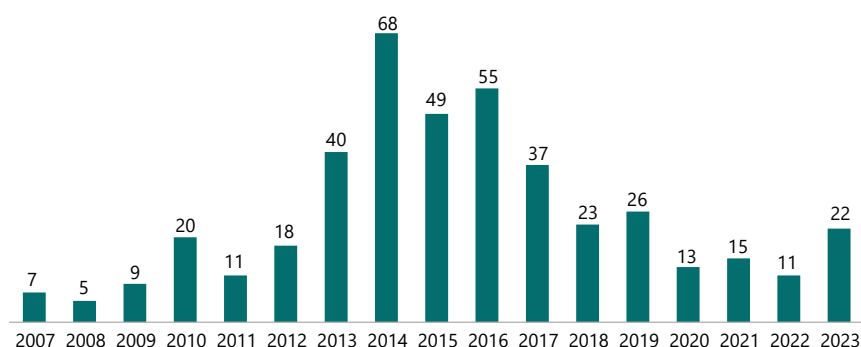
Источник: NF Group Research, 2024

Структура брендов, вышедших на российский рынок, по ценовому сегменту



Источник: NF Group Research, 2024

Динамика выхода международных операторов на российский рынок, шт.



Источник: NF Group Research, 2024

* Сделка NF Group.

** Самый крупный объект оператора.

Международные бренды, вышедшие на российский рынок в 2023 г.

Бренд	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент
NetWork	Турция	Мужская и женская одежда	Выше среднего
Club	Турция	Мужская и женская одежда	Выше среднего
Madame Coco	Турция	Товары для дома	Средний
AC&Co	Турция	Мужская одежда	Выше среднего
Loft (Colin's)	Турция	Мужская и женская одежда	Средний
Swed House	Белоруссия	Товары для дома	Средний
Mudo	Турция	Мужская и женская одежда	Ниже среднего
Pizhon	Белоруссия	Мужская одежда	Средний
2XU	Австралия	Спортивная одежда	Выше среднего
Oxho	Турция	Женская одежда	Средний
Karaca Home	Турция	Товары для дома	Средний
AYAL	Киргизия	Женская одежда	Средний
Comintern	Белоруссия	Мужская и женская одежда	Средний
Kelebek	Турция	Товары для дома	Выше среднего
AVVA	Турция	Мужская одежда	Премиальный
Daniel's Paris	Турция	Мужская одежда	Премиальный
Wandu	Южная Корея	Товары для детей	Выше среднего
Да дому	Белоруссия	Товары для дома	Средний
Lumberjack	Италия	Обувь	Средний
22 11 cosmetics	Армения	Косметика	Выше среднего
d'Alba	Южная Корея	Косметика	Выше среднего
Azmirli	Белоруссия	Парфюмерия	Ниже среднего

Источник: NF Group Research, 2024



Коммерческие условия

В течение 2023 г. коммерческие условия в торговых центрах претерпели незначительные изменения. На ряде площадей наблюдается рост базовой арендной ставки, вызванный дефицитом площадей. Также изменения коснулись доли от товарооборота арендаторов, однако ярко выраженной тенденции не наблюдается.

Посещаемость

С конца лета 2023 года наблюдается рост посещаемости по сравнению с 2022 годом во всех форматах торговых центров Москвы. Увеличение числа посетителей связано с заполнением пустующих площадей в торговых комплексах.

На фоне стабилизации экономической ситуации управляющие компании торговых центров вновь обратились к развитию маркетинговых кампаний своих объектов.

В первую очередь это выразилось в ведении социальных сетей. В телеграм-каналах торговых центров потребителей информируют о новых открытиях, предстоящих мероприятиях, скидках и многом другом.

Кроме того, внутри торговых центров организуются офлайн-мероприятия (концерты, лектории, соревнования, выставки), которые оказывают положительное влияние на увеличение посещаемости торгового центра в краткосрочной перспективе. Так, в ТЦ «Гагаринский» была проведена «Международная выставка кошек», в ТЦ «Европейский» – «Большой концерт», в ТЦ kvartal west – детская предновогодняя викторина.

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

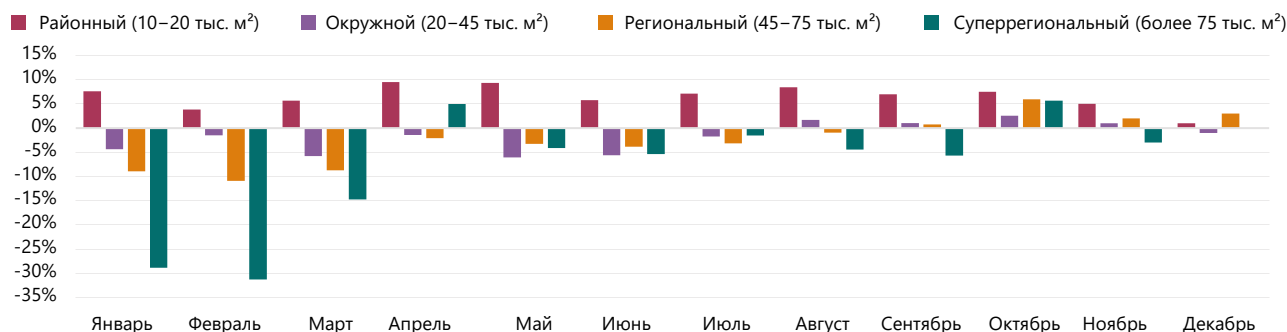
* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий, объединенных общей концепцией и единым управлением

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

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

Источник: NF Group Research, 2024

Уровень посещаемости торговых центров Москвы разных форматов в течение 2023 г. в сравнении с 2022 г.



Источник: Focus Technologies, 2024

Прогноз

К открытию в 2024 году девелоперами анонсировано 18 торговых центров арендопригодной площадью 224,3 тыс. м², что почти в 6 раз больше, чем в 2023 г. Средняя арендопригодная площадь строящихся торговых центров составляет 8,6 тыс. м² (на 19,5% выше значения 2023 г.). 44,5% планируемых торговых центров относится к окружному формату, 28,6% – к районному и 26,9% – к микрорайонному.

География анонсированных торговых центров охватывает как центральные, так и периферийные районы «старой» Москвы, а также локации Новой Москвы.

Темпы роста российских ретейлеров в 2024 г. будут сдержанными, поскольку игрокам рынка необходимо в течение этого времени проверить успешность своих концепций. Прогнозируется снижение вакантности в торговых центрах Москвы в случае реализации крупных площадей под якорных арендаторов в торговых центрах «Мега».

В целом 2024 г. станет для российских операторов периодом оптимизации и эффективной ротации части магазинов.

Среди ключевых fashion-операторов в своем развитии не планирует делать паузу Gloria Jeans, которая заявила, что планирует закрыть оставшиеся небольшие магазины (до 700 м²) и открыть крупные площадки (от 1,5 до 2 тыс. м²) в 2024 г.

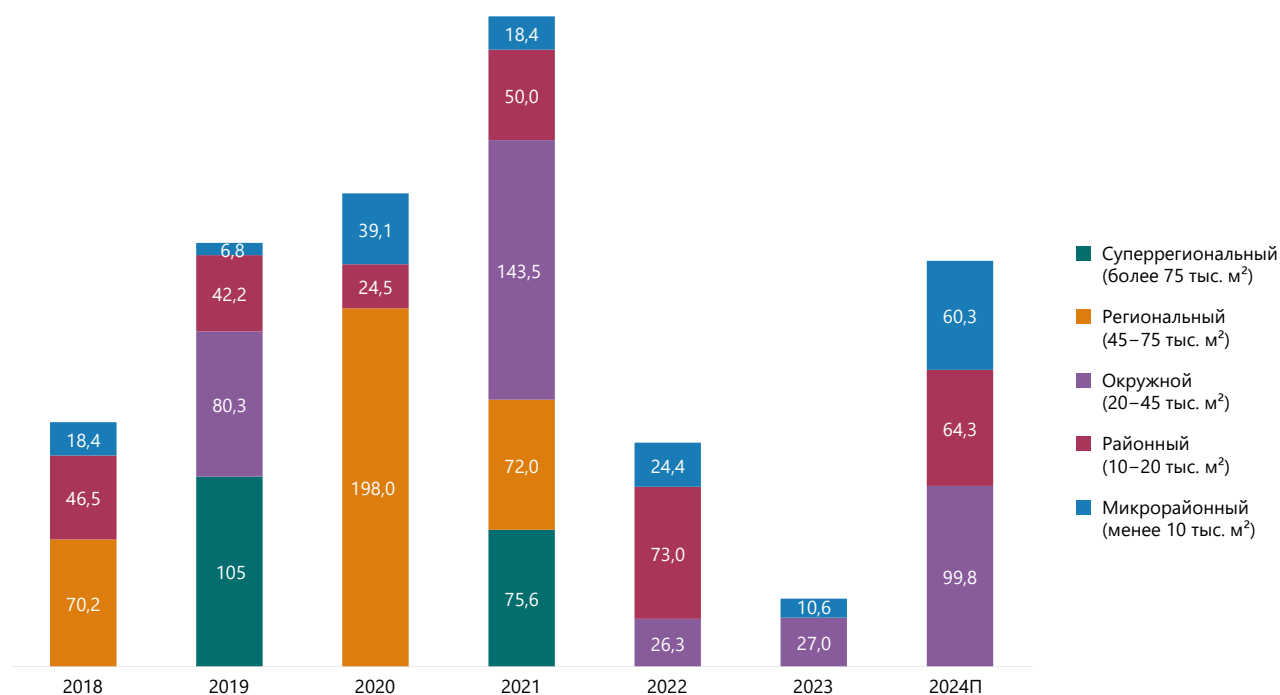
Также мы ожидаем расширения присутствия вышедшего в офлайн онлайн-ритейлера Lamoda с брендом Lamoda sport, первые открытия будут проходить на базе помещений Adidas.

На московском рынке ожидается развития операторов wellness. Намерения по активной экспансии в московских торговых центрах исходят от спортивного оператора DDX Fitness, который запланировал в 2024 г. открыть сразу семь фитнес-центров в торговых центрах «Орион», «Лайнер», «Первомайский», «Акватория», «Город», «Небо» и «Аventura». Также Spirit fitness анонсировал открытие нового клуба в ТЦ «Сиеста».

Тренды:

- > **Торговый центр – второй «город», в котором каждый посетитель может найти способ, как организовать свой досуг.**
- > **Реконцепции торговых центров.**
- > **Интенсивное развитие российских брендов, фокус на улучшении клиентского опыта.**
- > **Рост активности операторов развлечений и wellness.**
- > **Рост посещаемости торговых центров.**

Структура новых торговых центров в Москве, тыс. м²



Источник: NF Group Research, 2024

Торговые центры, планируемые к открытию в 2024 г.

Название	Округ	Район	Общая площадь, м ²	Арендо-пригодная площадь, м ²	Формат	Девелопер
Kuzminki Mall	ЮВАО	Кузьминки	70 058	33 000	Окружной (20–45 тыс. м ²)	Mall Management Group
Botanica Mall	СВАО	Ростокино	52 900	25 500	Окружной (20–45 тыс. м ²)	ГК «Пионер»
«Орион»	СВАО	Лосино-островский	37 731	20 967	Окружной (20–45 тыс. м ²)	ADG Group
ТЦ в ЖК «Летний Сад»	САО	Дмитровский	30 000	20 312	Окружной (20–45 тыс. м ²)	ГК «Эталон»
West Mall	ЗАО	Очаково-Матвеевское	18 300	15 300	Районный (10–20 тыс. м ²)	ФПК «Гарант-Инвест»
«Афимолл Тверская»	ЦАО	Тверской	21 900	14 700	Районный (10–20 тыс. м ²)	AFI Development
«Чкалов»	ЦАО	Басманный	24 763	12 350	Районный (10–20 тыс. м ²)	IKON Development
«Патриот»	СЗАО	Хорошево-Мневники	21 500	11 000	Районный (10–20 тыс. м ²)	ADG Group
«Витязь»	ЮЗАО	Коньково	17 600	10 900	Районный (10–20 тыс. м ²)	ADG Group
«Лайнер»	НАО	поселение Десеновское	14 400	9 685	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ООО «Солнечное 14»
«Первомайский»	ВАО	Восточное Измайлово	16 227	9 662	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
«Баку»	САО	Аэропорт	13 200	9 000	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
«Прокшино»	НАО	поселение Сосенское	9 000	8 000	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	A101
«Прага»	САО	Савеловский	9 548	6 359	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
«Ладога»	СВАО	Северное Медведково	6 865	4 806	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
«Планета»	ЗАО	Очаково-Матвеевское	7 692	4 698	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
«Солнцево»	ЗАО	Солнцево	7 252	4 684	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
«Алмаз»	ЮАО	Донской	5 600	3 400	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group

Источник: NF Group Research, 2024

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 2024 – 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.