

# РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

I полугодие 2024 г.



«Парк Молл» на пр-те Просвещения

## Ключевые итоги:

- > Нулевой прирост нового предложения
- > Вакантность достигла минимального значения за последние 15 лет
- > Крупные площади в ТЦ «Мега Парнас» и «Мега Дыбенко» арендовал «Мегамаркет» (> 50 тыс. м<sup>2</sup>)
- > Развитие новых форматов развлечений в торговых центрах
- > Срок актуальности концепций торговых центров сокращается, чаще требуется обновление



**Евгения Хакбердиева**

Региональный директор  
департамента торговой  
недвижимости NF Group

«Рынок недвижимости Санкт-Петербурга остается одним из самых динамичных в сегменте торговой недвижимости для новых открытий как из числа российских брендов-новичков, так и среди международных брендов. То, что в городе ожидается открытие одного из самых крупных торговых центров в стране стимулирует крупные сети рассматривать регион для новых открытий и, как это часто бывает, если арендатор принимает решение об экспансии, то он не ограничивается одним магазином. Рынок Санкт-Петербурга продолжит пополняться новыми фэшн именами и интересными концепциями в сегменте общественного питания и развлечений».

## Предложение

### Новое предложение

В I пол. 2024 года в Санкт-Петербурге и агломерации не было открыто ни одного нового торгового центра. На завершающем этапе строительства находится четыре торговых центра районного и окружного формата суммарной арендопригодной площадью 77 тыс. м<sup>2</sup>. Объекты которые могут быть открыты до конца года:

- > «Парк Молл» на пр-те Просвещения.
- > «Лунапарк» в пос. Новогорелово.
- > «Небо» в г. Мурино.
- > «ЭкоПарк» в г. Мурино, 2-я очередь.

### Основные показатели\*

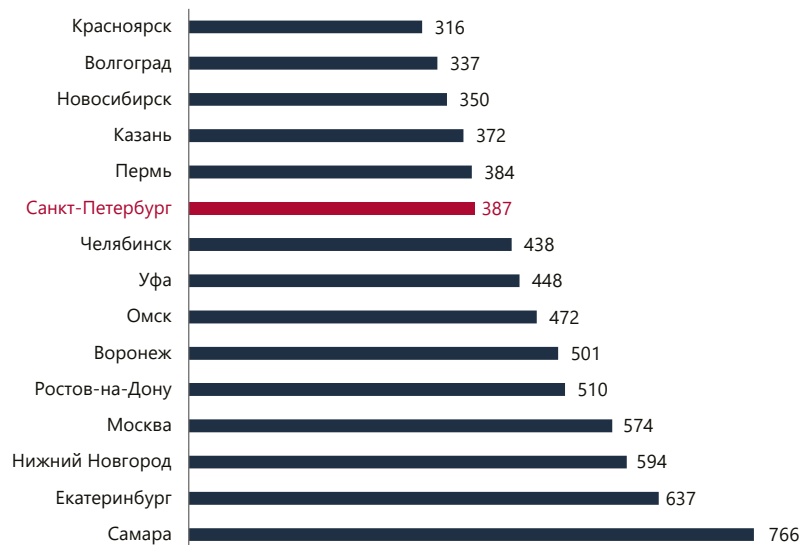
Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендопригодная), млн м <sup>2</sup>	3,5/2,2
Открыто в I полугодии 2024 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м <sup>2</sup>	-
Планируется к открытию во II полугодии 2024 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м <sup>2</sup>	120/77
Доля вакантных площадей, %	3,0%(-4,1 п. п.) **
Обеспеченность жителей Санкт-Петербурга качественными торговыми площадями, м <sup>2</sup> /1 000 жителей	387

\* 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 2023 г.

Источник: NF Group Research, 2024

### Обеспеченность городов торговыми центрами, м<sup>2</sup>/1 000 жителей



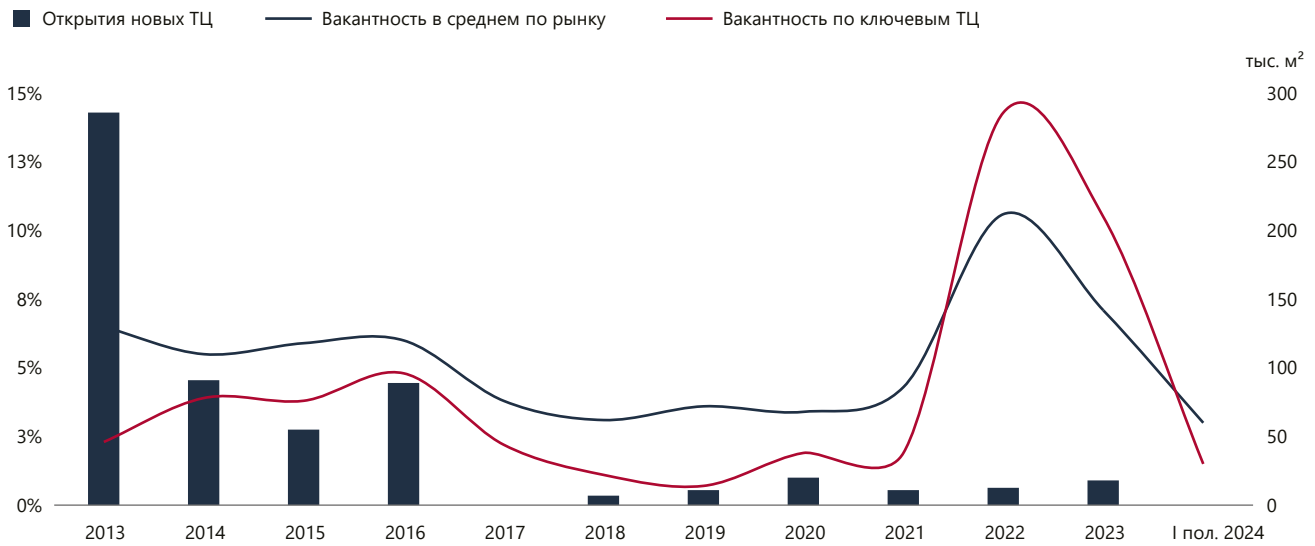
Источник: NF Group Research, 2024

### Обеспеченность торговыми площадями

По итогам I пол. 2024 года общий объем рынка торговых центров составил 2,2 млн м<sup>2</sup>, а обеспеченность торговыми площадями на 1 тыс. жителей – 387 м<sup>2</sup>. Несмотря на средний уровень

насыщенности рынка, Санкт-Петербург не является лидирующим городом в стране по этому показателю. В 2024 г. по обеспеченности жителей качественными торговыми площадями лидировали Самара (766 м<sup>2</sup>), Екатеринбург (637 м<sup>2</sup>) и Нижний Новгород (594 м<sup>2</sup>).

## Динамика открытий новых торговых центров и доли свободных площадей



Источник: NF Group Research, 2024

## Реконцепция торговых центров

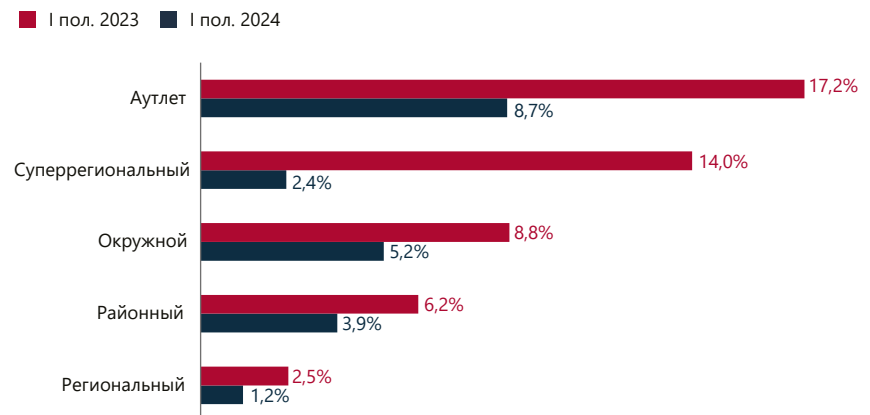
Развитие рынка торговых центров происходит не только в количественном, но и в качественном направлении за счет реконцепции устаревших форматов. Реконцепции торговых центров проводятся регулярно, но в большинстве случаев они не масштабны и не связаны с полным закрытием объектов на реконструкцию. Более 90% торговых центров в Петербурге построено 10 и более лет назад, из них около трети ни разу не проходили реконцепцию.

## Вакантность

По данным на начало июля 2024 г. доля свободных площадей в торговых центрах Санкт-Петербурга снизилась на 4,1 п. п. по сравнению с декабрем 2023 г. и достигла минимального значения за последние 15 лет – 3%.

Ключевые\* торговые центры в 2022–2023 гг. в наибольшей степени пострадали от ухода международных брендов, и в пиковый период вакантность в них достигала 14,3% — это больше, чем в среднем по рынку (10,6%). Однако активное развитие российских ритейлеров было ориентировано в первую оче-

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



Источник: NF Group Research, 2024

редь на замещение площадей ушедших брендов. К середине 2024 г. вакантность снизилась до 1,5%. Крупные площади, ранее занимаемые IKEA, в 2024 г. были сданы в аренду «Мегамаркету».

Снижение вакантности наблюдалось по всем типам торговых центров. Наибольшая доля свободных площадей по-прежнему наблюдается в аутлетах, прежде всего в Fashion House, и составляет 8,7%. Тем не менее за год этот показатель снизился на 8,5 п. п. В 2024

г. в Outlet Village Pulkovo открылись мультибрендовый бутик Elyts outlet, магазин женской одежды Good Wife, магазины одежды Mustang, Urbantiger, «Кашемир и шелк Map» и др.

В торговых центрах суперрегионального формата (более 75 тыс. м<sup>2</sup> арендопригодной площади) вакантность снизилась за год на 11,6 п. п., до уровня 2,4%. В окружных торговых центрах свободно 5,2% площадей, в районных – 3,9%, в региональных – 1,2%.

\* Ключевые ТЦ Санкт-Петербурга: «Галерея», «Невский Центр», «Мега Парнас», «Мега Дыбенко», «Охта Молл», «Питер Радуга», «Жемчужная Плаза», «Лето», «Гранд Каньон», «Европолис», «Сити Молл».

## Ротация

Начиная со второй половины 2023 г. объем открытий в торговых центрах Санкт-Петербурга превышает объем закрытий (по площади). При минимальном приросте нового предложения это, в свою очередь, приводит к снижению вакантности. Уже во II пол. 2024 г. ожидается снижение ротации в связи с сокращением объема свободных площадей.

## Спрос

В течение последних пяти лет, несмотря на сложности, с которыми столкнулись торговые центры (пандемия и уход международных брендов), структура арендаторов по профилю деятельности существенно не изменилась. Основной объем площадей по-прежнему арендован магазинами одежды и аксессуаров (24% в 2019 г. и 26% в 2024 г.), и торговые центры остаются в первую очередь основными fashion-локациями города.

### Одежда и аксессуары

В I пол. 2024 г. отмечается замедление экспансии российских fashion брендов по сравнению с 2023 г. После масштабных открытий прошлого года крупные сетевые ретейлеры занимаются опера-

Динамика открытий и закрытий магазинов в торговых центрах Санкт-Петербурга (по площади)



Источник: NF Group Research, 2024

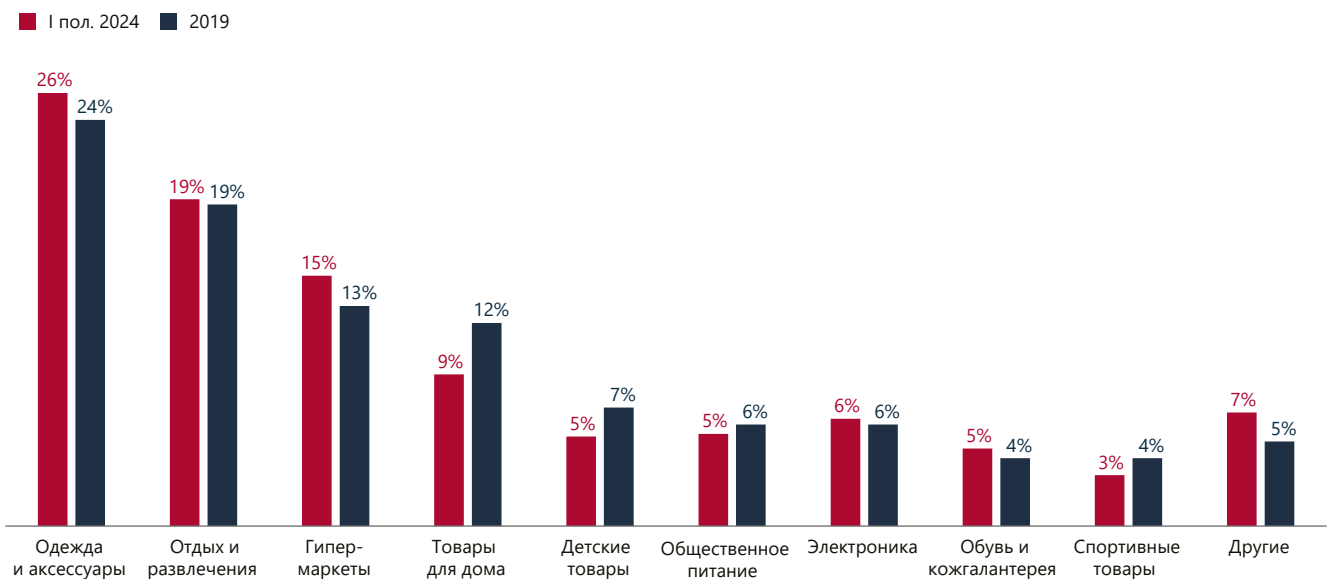
ционной деятельностью: разработкой коллекций, корректировкой чека, продвижением и т. д. При этом можно отметить ряд крупных открытий 2024 г.:

- > Sela открыла флагманский магазин в ТЦ «Лето» (1 100 м²).
- > Универмаг «Стокманн» начал работу в ТЦ «Охта Молл» (2 тыс. м²).
- > Открылось несколько магазинов IDOL в ТЦ «Мега Парнас», «Мега Дыбенко», «Лето», «Жемчужная Плаза».

Кроме того, в Петербурге открываются магазины новых российских брендов, ранее не представленных в городе:

- > Петербургский бренд верхней одежды Noorra открылся в ТЦ «Галерея».
- > Первый магазин ижевского бренда одежды Cult off открылся в ТЦ «Заневский Каскад».
- > В «Мега Парнас» анонсировано открытие нового бренда женской и детской одежды Zimaletto от Kuchenland.

## Структура основных арендаторов торговых центров Санкт-Петербурга



Источник: NF Group Research, 2024

## Отдых и развлечения

На втором месте по объему занимаемых площадей в торговых центрах Петербурга – разные форматы отдыха и развлечений. Несмотря на то, что их доля в структуре арендаторов не изменилась за последние пять лет, развлечения в торговых объектах выглядят иначе. В первую очередь сократилась площадь, занимаемая кинотеатрами. По итогам I пол. 2024 г. кинотеатры в торговых центрах Петербурга занимают 6,2% площадей, что на 1,1 п. п. меньше, чем пять лет назад. В ТЦ «Питер Радуга» на части площадей, ранее занимаемых кинотеатром, анонсировано открытие «М.Видео». В ТЦ «РИО» в результате частичной реконцепции площадь кинотеатра сократилась, за счет чего расширилась торговая галерея.

Среди развлекательных центров отмечается укрупнение парков развлечений и переход от детского к семейному виду отдыха, в том числе в формате квестов. Например, в ТЦ «Охта Молл» анонсировано открытие крупного развлекательного парка «Погружение». Одним из арендаторов ТЦ «Питерлэнд» также является квест-шоу («Джуманджи» и «Золотая Лихорадка»). Среди актуальных форматов развлечений, которые открываются в торговых центрах Петербурга в 2024 г., можно также отметить следующие:

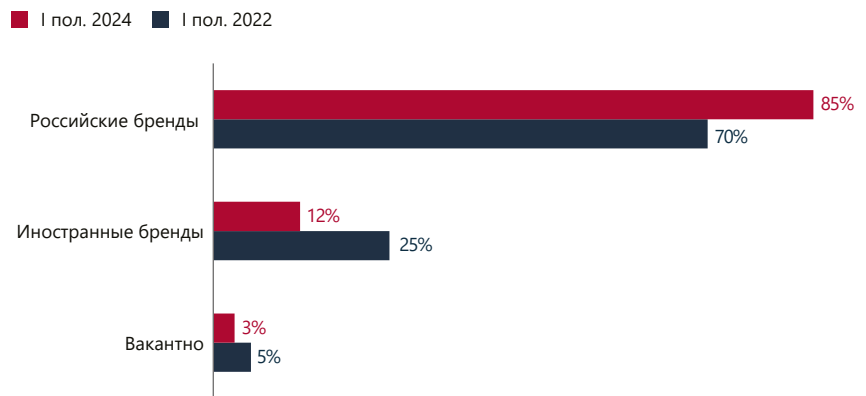
- > Дрифт-картинги (ТЦ Leo Mall, ТЦ «РИО»).
- > Виртуальная реальность (ТЦ «РИО», ТЦ «Лето», ТЦ «Планета Нептун»).
- > Акватермальный комплекс (ТЦ «Лето», анонсировано в ТЦ «ЭкоПарк»).

Изменения коснулись и фитнес-индустрии в торговых центрах. В Санкт-Петербурге вышли новые сетевые концепции DDX Fitness и Spirit Fitness (ТЦ «Галерея», ТЦ «Невский Центр») с помесечной оплатой и ориентированные на массового потребителя за счет доступной цены абонемента. Кроме того, в ТЦ «Атлантик Сити» закрылся World Class, вместо него открывается Fitness 24.

## Товары для дома

После ухода из России IKEA доля магазинов с товарами для дома в торговых центрах сократилась на 3 п. п. и составила 9%. Российские и белорусские компании, работающие в этом сегменте, занимают существенно меньшие

## Структура арендаторов в ТЦ Санкт-Петербурга (по площади)



Источник: NF Group Research, 2024

площади и ориентированы не столько на классические торговые центры, сколько на специализированные мебельные объекты. В торговых центрах отмечается отрицательная динамика открытий (2%) по сравнению с закрытиями (4%) магазинов товаров для дома. В I пол. 2024 г. закрылось несколько магазинов Candellabra Home.

## Детские товары

В сегменте товаров для детей на рынок Санкт-Петербурга вышел новый, ранее не представленный иностранный бренд, Valabala. Первый магазин открылся в ТЦ «Галерея». В формате отдельных магазинов открылся бренд Lassie (ТЦ «Питер Радуга» и «Европолис»). Британский бренд Royal Rabbit, который вышел на рынок Северной столицы в 2022 г., анонсировал открытие второго магазина в городе, который откроется в «Дивном Городе» («Гранд Каньон»). Из российских брендов в I пол. 2024 г. активно развивались и открывались магазины Asoola, «Котофей», «Детский мир».

## Спортивные товары

В 2024 году на площадях, ранее занимаемых брендами Reebok и Adidas, открылись Lamoda Sport, Lamoda sport outlet, Lamoda sport urban. Вместо «Декатлона» начали работу магазины под брендом Desport.

## Общественное питание

В течение последних трех лет в торговых центрах отмечается обновление фуд-кортов. Помимо федеральных сетевых заведений общественного питания арендаторами становятся локаль-

ные игроки с меньшими форматами, но большей оборачиваемостью. Таким образом, мы наблюдаем появление в торговых центрах гастропространств с актуальными кухнями и интересными ресторанными концепциями – не только фастфуд, но и ЗОЖ-концепции, кухни разных народов мира.

При этом не происходит тотальной замены фуд-кортов на фуд-холлы. Это разные форматы, рассчитанные на разную целевую аудиторию. Они могут сосуществовать в рамках одного торгового центра, но должны быть разнесены либо в разные части объекта, либо на разные этажи. Фуд-холлы ориентированы на людей в возрасте от 25 до 40 лет с доходами выше среднего. Прежде всего это туристы, сотрудники расположенных рядом бизнес-центров, активная молодежь. Поэтому фуд-холлы появляются в тех торговых центрах, где есть соответствующая аудитория.

В I пол. 2024 г. открылся фуд-холл в ТЦ «ЭкоПарк», анонсировано открытие также фуд-холлов в строящихся проектах – «Парк Молл» и «Небо».

## Российские и иностранные бренды

Доля российских ретейлеров среди арендаторов торговых центров за последние два года выросла с 70 до 85%. Наибольший объем площадей среди иностранных брендов арендуют французские (в первую очередь за счет «Ашан»), а также китайские, турецкие, итальянские и ливанские компании. Два года назад лидировали также французы, но в топ-5 входили шведские, немецкие, финские и польские бренды.



## Новые бренды

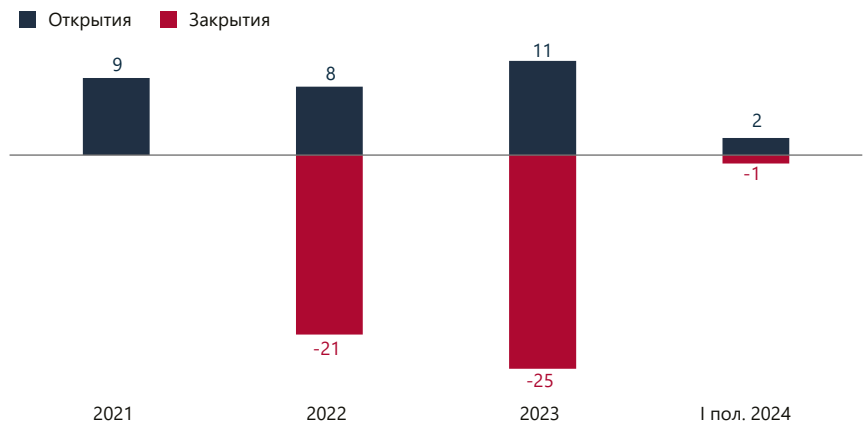
В I пол. 2024 г. в Санкт-Петербурге в торговых центрах открылось два магазина иностранных брендов, ранее не представленных в городе. Оба ретейлера из Китая – Valabala (детские товары, ТЦ «Галерея») и Candy (бытовая техника, ТЦ «Охта Молл»). Для сравнения, в целом в России открылось 20 новых брендов, большая часть из которых представлена в Москве (17). До конца года ожидается выход не менее пяти новых ретейлеров, которые уже представлены в столице.

Основная трансформация рынка, связанная с уходом международных брендов, завершилась в 2023 г. С начала 2024 г. лишь один иностранный бренд ушел из Санкт-Петербурга – турецкий Damat tween закрылся в Outlet Village Pulkovo.

## Посещаемость

В 2024 г. наблюдается разнонаправленная динамика посещаемости торговых центров в зависимости от месяца, которая зависит от ряда внешних факторов, например погоды. В конце марта и апреле наблюдалось снижение трафика не только в Москве, ввиду трагических событий, но и в других мегаполисах. Торговые центры в крупных городах конкурируют с театрами, музеями и другими культурно-досуговыми объектами. При этом для торговых центров важны не столько показатели посещаемости, сколько конверсия посетителей в покупателей и средний чек. В целом по крупным торговым центрам отмечается определенная позитивная динамика по этим показателям и это подтверждается тем, что ретейлеры сохраняют свои планы по развитию и рассматривают Санкт-Петербург для открытия своих магазинов.

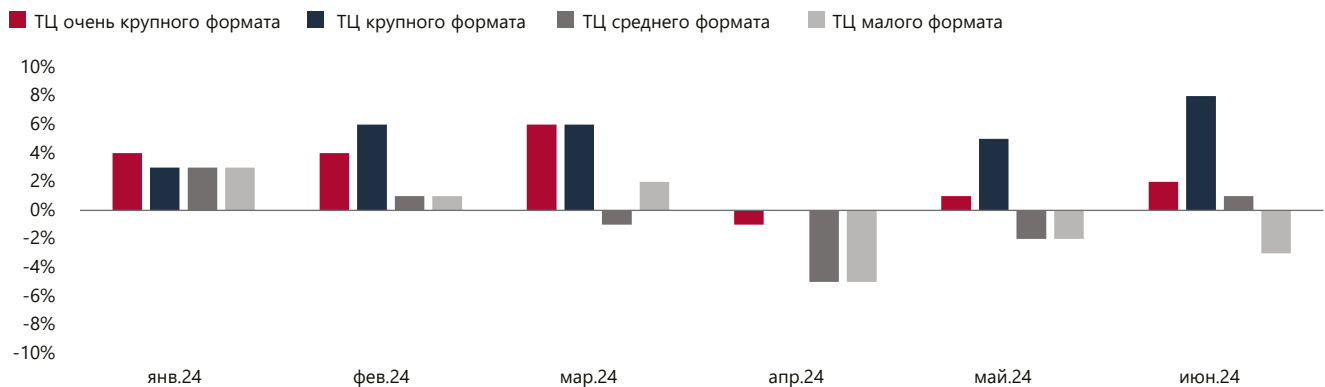
Динамика выхода и ухода иностранных брендов в торговых центрах Санкт-Петербурга, шт.



Источник: NF Group Research, 2024



Посещаемость торговых центров Санкт-Петербурга к уровню 2023 года



Источник: Focus Technologies, 2024

В последние годы мы наблюдаем меньший объем трафика в торговых центрах по сравнению с допандемийным временем, но это качественно другой трафик. Люди осознанно приходят в торговые центры за покупками. По мере открытия новых магазинов и снижения вакантности растут трафик и лояльность покупателей к новым брендам.

## Коммерческие условия

По итогам I пол. 2024 г. диапазон запрашиваемых арендных ставок в торговых центрах для новых арендаторов не изменился.

## Прогноз

Девелоперская активность смещается в пригороды, поскольку в городе рынок уже насыщен торговыми площадями, в то время как за городом наблюдается их дефицит. По мере развития города в новых жилых кварталах будет появляться все больше мелкоформатных торговых центров как инфраструктурных объектов. До конца года ожидается открытие трех новых торговых центров и второй очереди существующего объекта. Открытие крупного торгового центра Hollywood у станции метро «Пионерская» перенесено на 2025 г. К концу 2024 г. прогнозируемая доля свободных площадей в среднем по рынку с учетом открытия новых объектов не превысит 5%. Ожидается выход новых азиатских брендов, которые еще не представлены в Санкт-Петербурге, но уже открыли первые магазины в Москве.

### Условия аренды в торговых центрах Санкт-Петербурга

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб./м <sup>2</sup> /год*		% от товарооборота
	Крупные торговые центры	Малые торговые центры	
Супермаркет (1 000–2 000 м <sup>2</sup> )	8 000–24 000	15 000–26 000	4-7
Товары для дома (<1 500 м <sup>2</sup> )	0–8 000	6 000–8 000	6-8
Бытовая техника и электроника (1 200–1 800 м <sup>2</sup> )	6 000–15 000	6 000–15 000	2,5-5
Спортивные товары (1 200–1 800 м <sup>2</sup> )	6 000–12 000	6 000–12 000	5-6
Детские товары (1 200–2 000 м <sup>2</sup> )	6 000–12 000	6 000–12 000	4-7
Досуговые концепции:			
Развлекательные центры (2 000–4 000 м <sup>2</sup> )	4 000–8 000	4 000–8 000	10-15
Кинотеатры (2 500–5 000 м <sup>2</sup> )	0–6 000	0–4 000	8-10
Общественное питание:			
Фуд-корт	30 000–70 000	30 000–70 000	10-15
Кафе	15 000–40 000	15 000–40 000	12-14
Ресторан	10 000–20 000	10 000–20 000	10-12

\* Коммерческие условия, обсуждаемые в процессе переговоров. Ставки аренды указаны без учета НДС и операционных расходов.

Источник: NF Group Research, 2024

## Тренды:

- > Замедление экспансии российских брендов. Появление новых российских брендов.
- > Тренд на малые форматы ТЦ и развитие инфраструктуры в новых ЖК, которая составляет конкуренцию малоформатным ТЦ. Сокращение срока жизни ТЦ, все чаще нужно обновляться и корректировать концепцию.
- > Общественное питание: обновление фуд-корт, появление новых фуд-холлов.
- > Новые форматы развлечений. Сокращение площадей кинотеатров.
- > Посещаемость ТЦ растет по крупноформатным объектам.

# 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)

#### ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

**Евгения Хакбердиева**

*Региональный директор*

[EK@nfgroup.ru](mailto: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 компаний 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.