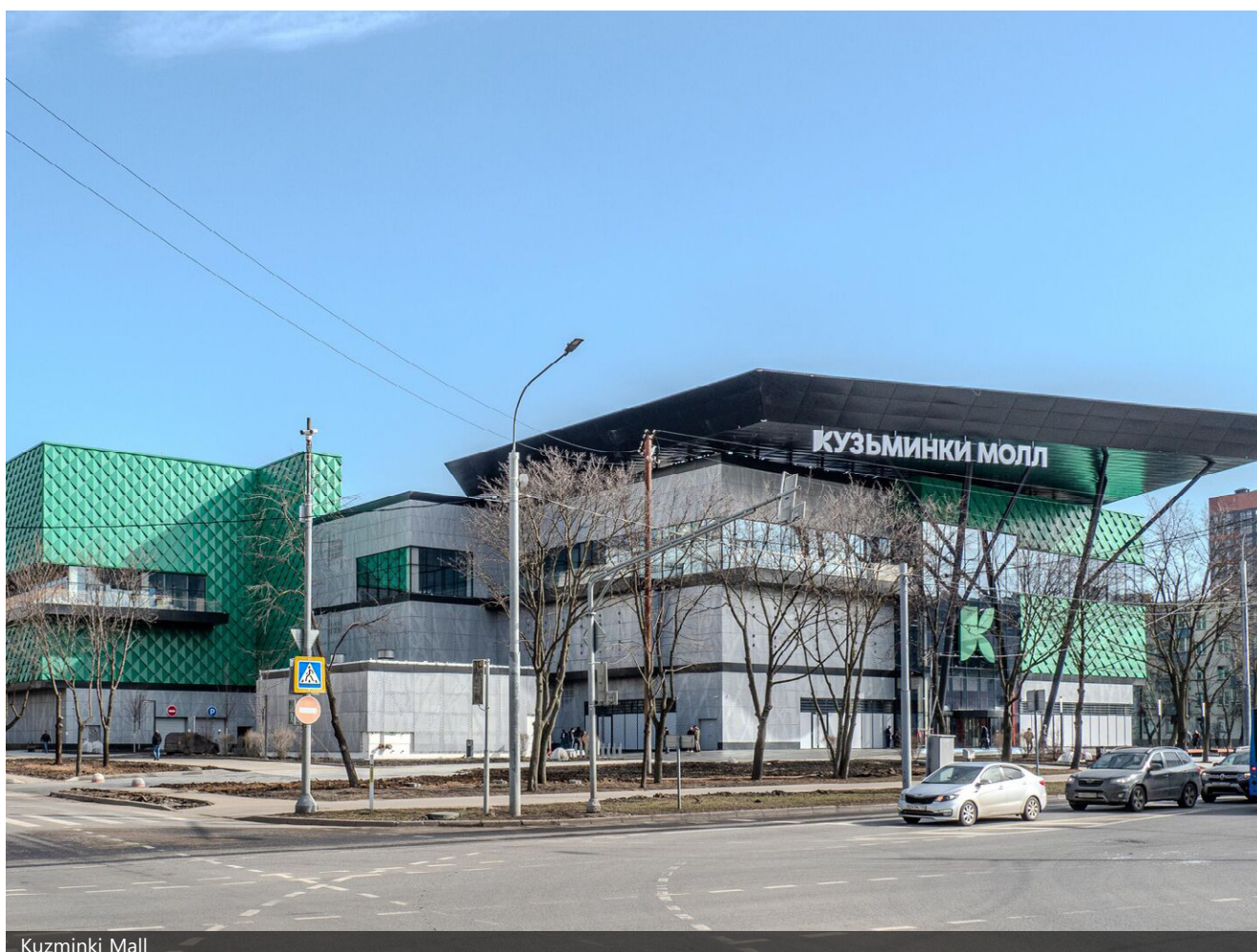


РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

III квартал 2024 г.



Kuzminki Mall

Ключевые события

- > Денежно-кредитные условия продолжают ужесточаться: за III квартал 2024 г. дважды повысилась ключевая ставка. Ключевая ставка оказывает влияние на стоимость заемного финансирования (и по вновь заключаемым кредитным договорам, и по действующим, в которых указана «плавающая» ставка). Таким образом, складываются условия, при которых неизбежны замедления деловых процессов на рынке торговой недвижимости.
- > В сентябре состоялось торжественное открытие ТРЦ Kuzminki Mall. Технически объект был открыт в I квартале 2024 г. По итогам 2024 г. Kuzminki Mall станет наиболее крупным новым объектом на столичном рынке торговой недвижимости.
- > На масштабный реновационный проект закрылся ТЦ «Тройка», работающий на рынке с 2008 г. Общее предложение действующих объектов сократилось на 61 тыс. м² (GLA), т.е. на ≈0,7%.
- > Развитие российских операторов и экспансия новых международных брендов продолжились. Однако в 3 квартале 2024 г. многие ритейлеры начали пересматривать планы по развитию.



Евгения Хакбердиева

Региональный директор
департамента торговой
недвижимости NF Group

«Торговая недвижимость Москвы продолжает активно развиваться, предлагая рынку новые формы и направления девелопмента. На протяжении нескольких последних лет, мы часто говорили об активной эволюции малоформатных торговых центров, а теперь пришло время осваивать новую форму коммерции в рамках жилых комплексов – ведь её доля в застройке увеличивается до 30%. Создаваемые форматы могут стимулировать развитие нового предложения для жителей различных локаций в сфере образования, досуга, спорта и медицины.

Параллельно мы продолжаем фиксировать рост запросов на реконцепции существующих торговых центров, что также отвечает вызовам времени и крайне низкому сформированному новому предложению».

Основные показатели*

Общее предложение действующих торговых центров (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	14,8 / 7,6
Открыто в I-III кв. 2024 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	155,2 / 84,4
Планируется к открытию в 2024 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	≈195,2 / ≈117,2
Доля вакантных площадей, %	6,50% (-1,9 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	580

* 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 2023 г.

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

Источник: NF Group Research, 2024

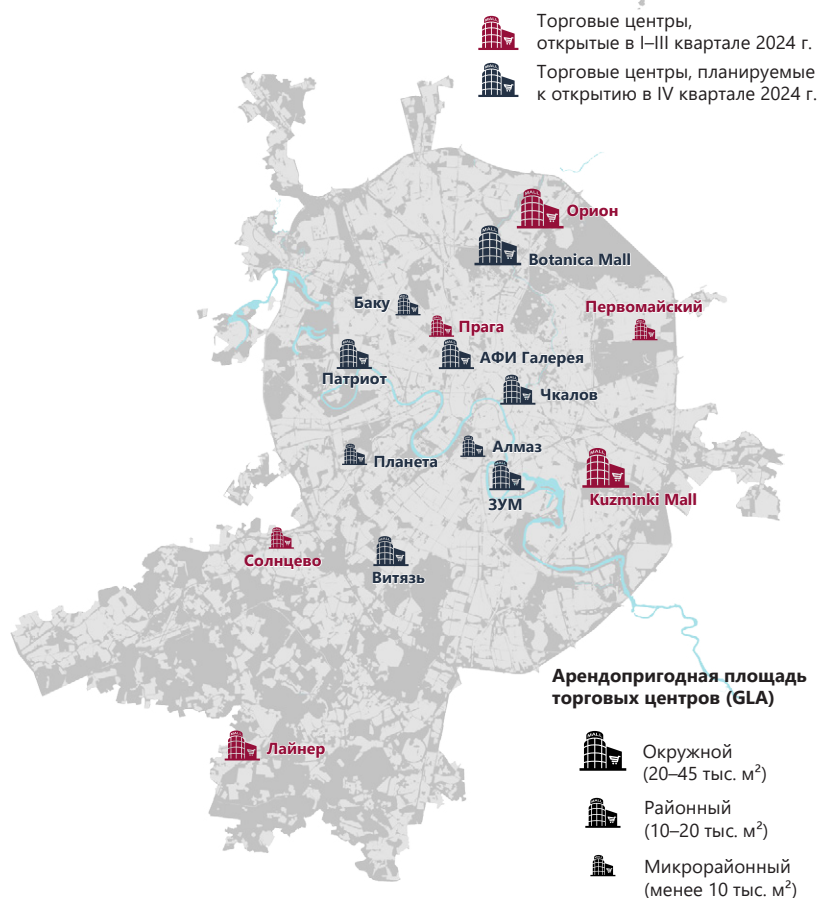
Предложение

В III квартале 2024 г. рынок торговой недвижимости Москвы продолжал оставаться активным: открылось два торговых центра с суммарной арендопригодной площадью 14,4 тыс. м². Открытые объекты – это 19-ый и 20-ый центры девелоперской компании ADG group, созданные на базе устаревших кинотеатров: «Место встречи Первомайский» (9,7 тыс. м²) и «Место встречи Солнцево» (4,7 тыс. м²). Таким образом, можно сказать, что проект реконструкции старых кинотеатров на протяжении нескольких лет является драйвером прироста нового предложения. Согласно предварительным оценкам в 2024 г. до 40% объема новых торговых площадей придётся на объекты ADG group.

Что касается совокупного показателя прироста нового предложения по итогам девятимесячного периода 2024 г., то он составил 84,4 тыс. м², а количество новых торговых центров, открывших двери в 2024 г., достигло шести.

Безусловно уже можно сказать, что рынок Москвы не обновил антирекорд предыдущего года, когда в столице было открыто лишь три торговых центра арендопригодной площадью 37,6 тыс. м², что стало минимальным показателем за последние 10 лет.

Торговые центры, открытые в Москве в I-III кварталах 2024 г. и запланированные к открытию в 2024 г.



Источник: NF Group Research, 2024

Торговые центры Москвы, открытые в 2024 г.

Название	Округ	Район	Общая площадь, м ²	Арендопригодная площадь, м ²	Формат	Девелопер
Kuzminki Mall	ЮВАО	Кузьминки	70 058	33 000	Окружной (20-45 тыс. м ²)	Mall Management Group
Орион	СВАО	Лосиноостровский	37 731	20 967	Окружной (20-45 тыс. м ²)	ADG Group
Лайнер	НАО	Десеновское	14 400	9 685	Микрорайонный (≤ 10 тыс. м ²)	ООО «Солнечное 14»
Первомайский	ВАО	Восточное Измайлово	16 227	9 662	Микрорайонный (≤ 10 тыс. м ²)	ADG Group
Прага	САО	Савеловский	9 548	6 359	Микрорайонный (≤ 10 тыс. м ²)	ADG Group
Солнцево	ЗАО	Солнцево	7 252	4 684	Микрорайонный (≤ 10 тыс. м ²)	ADG Group

Источник: NF Group Research, 2024

Однако, следует принимать во внимание, что в III квартале 2024 г. поступательный рост объемов качественного предложения скорректировался убылью площадей: был закрыт крупный торговый центр «Тройка», работавший на рынке с 2008 г. С учетом баланса вновь открытых и ушедших площадей, показатель прироста хоть и остался в положительной зоне, но достиг очень небольших значений ($\approx 23,4$ тыс. м²).

Ситуация, при которой на рынке Москвы наблюдается понижающая коррекция суммарного объема качественного предложения, складывается не впервые: так, в 2011 г. был закрыт ТЦ «Капитолий на Ярцевской» («Рамстор на Ярцевской»), на месте которого впоследствии открылся МФК «Кунцево Плаза» (2014 г.), а в 2015 г. закрыт «Капитолий на Каширском», который в 2018 г. открылся как МФК «Каширская Плаза». К началу реновации «возраст» указанных торговых объектов достиг 14-ти лет.

Спрос

В целом сохраняется активный спрос на коммерческие площади со стороны российских компаний-операторов, развивающих как привычные сетевые форматы, так и новые концепции:

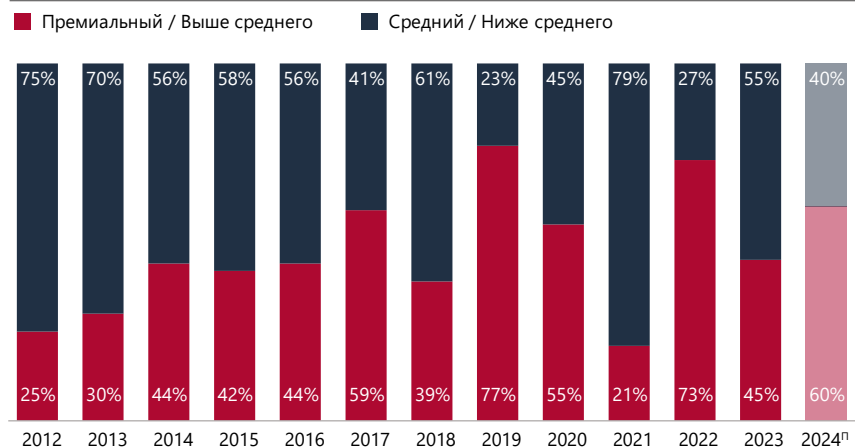
- > В ТРЦ «Метрополис» открылся магазин мужской одежды российского бренда 20Line. В планах компании Elis Fashion Rus, развивающей сеть, открыть еще 20 магазинов в 2025 г.
- > В торговых центрах «Павелецкая Плаза» и «Райкин плаза» заработали бутики бренда Sokolov в формате Premium. Результат работы первых магазинов станет базой для планов развития сети (предполагается, что к 2026 г. может открыться до 70 магазинов).
- > В ТРЦ «Аventura», который находится в активной стадии реконцепции, открылись сразу несколько операторов, в числе которых крупнейший в Южном административном округе столицы DDX, магазин подарков Storiz, «Улыбка радуги» и др.

Динамика открытия новых торговых центров и доли вакантных площадей



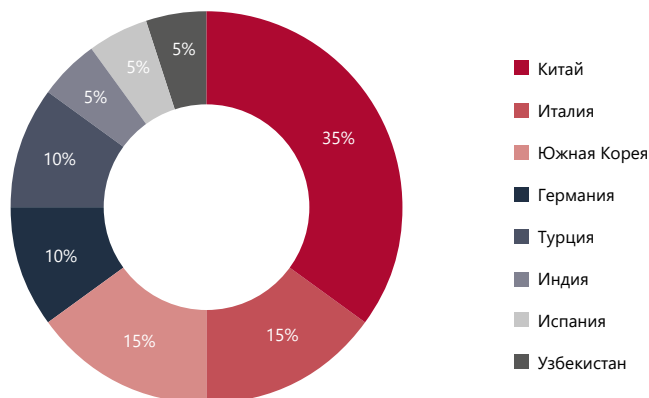
Источник: NF Group Research, 2024

Структура брендов, вышедших на российский рынок, по ценовому сегменту, %



Источник: NF Group Research, 2024

Происхождение международных брендов, вышедших на российский рынок в I-III кв. 2024 г.



Источник: NF Group Research, 2024

Международные операторы, вышедшие на российский рынок в I–III кв. 2024 г.

Название бренда	Страна происхождения	Категория	Ценовой уровень	Город выхода
7SABER	Узбекистан	Спортивная одежда	средний	Москва
BAASPLOA	Китай	Спортивная одежда	средний	Москва
Balabala	Китай	Товары для детей	средний	Санкт-Петербург
Candy	Италия	БТиЭ	средний	Санкт-Петербург
Casa moda	Германия	Мужская одежда	выше среднего	Москва
Casarte	Китай	БТиЭ	премиальный	Москва
Chakra	Турция	Товары для дома	выше среднего	Москва
Dreame	Китай	БТиЭ	средний	Московская область
Ellassay	Китай	Женская одежда	премиальный	Москва
Happy Easy Anyway (HEA)	Китай	Мужская и женская одежда	средний	Пермь
Hazzys	Южная Корея	Мужская и женская одежда	премиальный	Москва
Josiny	Южная Корея	Обувь	средний	Москва
Kardo	Индия	Мужская одежда	средний	Москва
Laurel	Германия	Женская одежда	премиальный	Москва
Lifework	Южная Корея	Мужская и женская одежда	средний	Москва
Mai collection	Турция	Женская одежда	средний	Москва
Parpa	Италия	Товары для дома	премиальный	Москва
RinaScimento	Италия	Женская одежда	выше среднего	Москва
TECNO	Китай	БТиЭ	средний	Калининград
Бимба & Co	Испания	Женская одежда	средний	Москва

Источник: NF Group Research, 2024

- > Концептуальный маркет Dizz и магазин детской торговой марки Orby дополнили список магазинов «Fashion House Аутлет Шереметьево».

Наблюдается тренд на различные эксперименты взаимодействия с покупателем, переосмысление и перепланировку клиентских зон торговых предприятий, интересные комбинации офф-лайн и он-лайн продвижения товаров, привлечение аудитории с помощью мероприятий, коллабораций, выставок, рор-ур проектов:

- > Lime открыл первое кафе в ТРЦ «Павелецкая Плаза» (в партнерстве с gt.coffee), которое в 2024 г. стало третьим примером создания точки питания в фэшн-пространстве – ранее, были анонсированы проекты 2Mood и Vigge cafe от Sela.
- > O'stin объявил о коллаборации с кофейнями ABC Coffee Roasters и организовал на ул. Усачева летнюю зону отдыха O'Stin, где можно поиграть в пинг-понг, позагорать на лежаках и отдохнуть.
- > В ТРЦ «Авиапарк» открылся увеличенный магазин Incanto с двумя входами из разных галерей. Возрождается и открывает первые

магазины сеть Zimaletto со сложной историей создания (изначально Zimaletto был вымышленным брендом для сериала «Не родись красивой»).

- > «VK Видео» и шоу «Натальная карта» открыли персонализированный астрологический сервис во «ВКонтакте». С целью продвижения нового сервиса в ТРЦ «Авиапарк» около месяца работала уникальная интерактивная рор-ур зона в виде шара предсказаний.

Также, в силу особенностей формирования нового предложения, продолжают складываться предпосылки к пакетному сотрудничеству или цепочкам сделок в рамках арендных кампаний:

- > Так, было анонсировано о планах открытия четырех кофеен Sofix в центрах ADG group («Прага» (23,78 м²), «Орион» (27,88 м²), «Первомайский» (19,16 м²) и «Витязь» (19,44 м²).

По итогам девяти месяцев на рынок вышли 20 международных операторов:

- > Весной стало известно о возможном возвращении Hugo Boss, а уже в августе 2024 г. АО «Стокманн» стало новым владельцем российского подразделения бренда

и приступило к открытию законсервированных магазинов. На момент ухода Hugo Boss в 2022 г. насчитывалось 19 бутиков в Московском регионе, Санкт-Петербурге и Ростове-на-Дону. К завершению сентября были открыты два магазина в ТРЦ «Авиапарк» и бутик в ТРЦ «Метрополис». Возобновление работы всех магазинов продолжится.

- > Китайские бренды наиболее активно наращивали своё присутствие на российском рынке – на долю китайских брендов пришлось 35% открытий.
- > Согласно итогам первых девяти месяцев 2024 г. бренды категории «выше среднего» и «премиум» показали динамичное освоение российского рынка, который стал привлекательным для освоения в условиях, когда тяжелый европейский люкс приостановил развитие из-за санкционных ограничений.
- > Выход еще 23 международных ритейлеров ожидается в 2024–2025 гг. Турецкая розница является бесспорным лидером среди заявляющих о развитии в России.

Коммерческие условия

За прошедшие 9 месяцев 2024 г. запрашиваемые арендные ставки для новых арендаторов в торговых центрах Москвы существенно не изменились, и тренда на корректировку коммерческих условий не наблюдается.

В среднесрочной перспективе в связи с повышением расходов на безопасность, на поддержание благоустройства или в связи с предстоящим в 2025 г. ростом затрат на госпошлины за регистрацию договоров аренды, некоторые торговые объекты могут повысить текущие ставки ОПЕХ. Однако, даже с учетом роста расходов на эксплуатацию торговых центров, в структуре запрашиваемых ставок аренды подрастет лишь доля на ОПЕХ, в то время как совокупные показатели коммерческих условий, не скорректируются.

Условия аренды в торговых центрах Москвы

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб./м ² /год*		% от товарооборота	
	Крупные торговые центры	Малые торговые центры (до 10 лет)		
Супермаркет (1 000–2 000 м ²)	8 000–24 000	15 000–26 000	4–7	
Супермаркет (450–900 м ²)	18 000–35 000	18 000–35 000	4–6	
Товары для дома (<1 500 м ²)	0–10 000	8 000–12 000	6–8	
Бытовая техника и электроника (1 200–1 800 м ²)	6 000–15 000	6 000–15 000	2,5–5	
Спортивные товары (1 200–1 800 м ²)	6 000–12 000	6 000–12 000	5–6	
Детские товары (1 200–2 000 м ²)	6 000–12 000	6 000–12 000	4–7	
Операторы торговой галереи**:				
Якоря	более 1 000 м ²	10 000–20 000	6 000–12 000	4–12
Мини-якоря	700–1 000 м ²	15 000–30 000	10 000–18 000	6–10
Мини-якоря	500–700 м ²	20 000–50 000	12 000–20 000	6–10
	300–500 м ²	20 000–60 000	14 000–25 000	5–12
	150–300 м ²	40 000–100 000	8 000–25 000	6–14
	100–150 м ²	50 000–120 000	15 000–40 000	10–14
	50–100 м ²	50 000–130 000	15 000–50 000	12–14
	0–50 м ²	50 000–180 000	20 000–100 000	10–14
Досуговые концепции:				
Развлекательные центры (2 000–4 000 м ²)		4 000–8 000	4 000–6 000	10–15
Кинотеатры (2 500–5 000 м ²)		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, 2024



Botanica Mall

Посещаемость

По итогам III кв. 2024 г. положительную динамику посещаемости по сравнению с аналогичным периодом 2023 г. продолжают демонстрировать торговые объекты районного формата. Высокая посещаемость малых торговых объектов связана с удобством их повседневного использования: расположенные в густонаселенных жилых массивах и/или вблизи объектов повышенного трафика (транспортно-пересадочные узлы),

районные торговые центры предлагают посетителям оптимальный tenant-mix для ежедневных покупок.

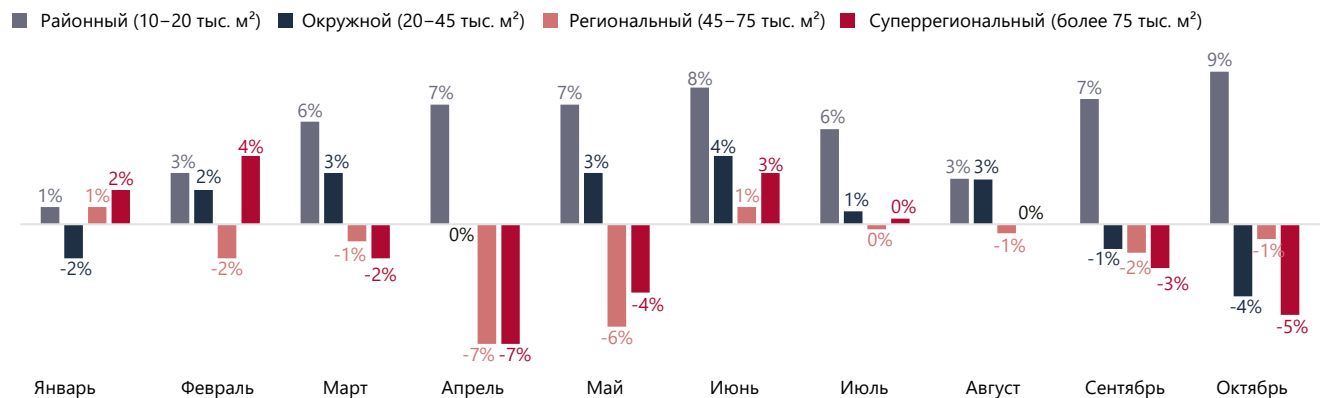
В III кв. 2024 г. замечен отток посетителей практически из всех форматов торговых центров, кроме районных. Он объясняется погодными условиями: несмотря на период «высокого» сезона покупок, который традиционно выпадает на начало осени (покупки к началу школьного года, подготовка к зиме), из-за необычайно теплой погоды жители и гости столицы предпочитали

проводить время на улице, и откладывали свои планы по обновлению зимнего гардероба.

Прогнозы

Ожидается, что до конца года рынок Москвы пополнится еще девятью новыми торговыми центрами, что в итоге приведет к приросту арендопригодных площадей на уровне ≈200 тыс. м², — это средний годовой показатель последних 5-7 лет развития столичного рынка.

Уровень посещаемости торговых центров Москвы разных форматов в III кв. 2024 г. в сравнении с аналогичным периодом 2023 г.



Источник: Focus Technologies, 2024

Торговые центры Москвы, открытие которых состоялось или ожидается в IV кв. 2024 г.

Название	Округ	Район	Общая площадь, м²	Арендопригодная площадь, м²	Формат	Девелопер
Botanica Mall	СВАО	Ростокино	52 900	25 500	Окружной (20-45 тыс. м²)	ГК «Пионер»
ЗУМ	ЮАО	Даниловский	30 000	23 000	Окружной (20-45 тыс. м²)	ЛСП
АФИ Галерея	ЦАО	Тверской	21 900	17 400	Районный (10-20 тыс. м²)	AFI Development
Чкалов	ЦАО	Басманный	24 763	12 350	Районный (10-20 тыс. м²)	IKON Development
Патриот	СЗАО	Хорошево-Мневники	21 500	11 000	Районный (10-20 тыс. м²)	ADG Group
Витязь	ЮЗАО	Коньково	17 600	10 900	Районный (10-20 тыс. м²)	ADG Group
Баку (открыт)	САО	Аэропорт	13 200	9 000	Микрорайонный (≤10 тыс. м²)	ADG Group
Планета (открыт)	ЗАО	Очаково-Матвеевское	7 692	4 698	Микрорайонный (≤10 тыс. м²)	ADG Group
Алмаз	ЮАО	Донской	5 600	3 400	Микрорайонный (≤10 тыс. м²)	ADG Group

Источник: NF Group Research, 2024

Тренды:

- > Замедление экспансии российских fashion-ритейлеров.
- > Устойчивость и развитие малых форматов торговых центров.
- > Появление в составе крупных жилых комплексов нового концепта микрорайонных торговых центров – технический и инфраструктурный ритейл.
- > Конкуренция торговых центров с электронной коммерцией и он-лайн развлечениями.
- > Постепенное обновление устаревшего фонда торговых площадей.
- > Диджитализация и повышение технологичности торговых объектов в процессе редевелопмента.

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 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.