

# РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ РЕГИОНОВ РОССИИ

2025 г.





**Евгения Хакбердиева**  
Региональный директор  
департамента торговой  
недвижимости NF GROUP

«В 2025 г. те тренды, которые стали формироваться на московском рынке со второй половины 2024 г., уверенно дошли до регионов, и мы стали фиксировать снижение интереса девелоперов как к новым проектам, так и спроса арендаторов к новым открытиям. В прошедшем году мы зафиксировали один из самых низких объемов ввода новых торговых центров за весь период наблюдений и прогнозируем, что часть проектов, анонсированных к открытию в 2026 г., также будут перенесены, что сформирует дефицит качественного предложения в регионах, но в текущей конъюнктуре рынка может создать благоприятные условия для заполнения существующих торговых объектов.»

## МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

### Основные показатели Московской области

Общее предложение действующих объектов, млн м <sup>2</sup> (GBA/GLA)	3,21/1,975
Открыто в 2025 г. (GBA/GLA), тыс. м <sup>2</sup>	58,75/41,4
Запланировано к открытию в 2026 г. (площадь общая/арендуемая), тыс. м <sup>2</sup>	30,1/21,6
Обеспеченность качественными торговыми площадями, м <sup>2</sup> /1 000 чел.	225
Справочно: г. Москва: Обеспеченность качественными торговыми площадями, м <sup>2</sup> /1000 чел.	606

Источник: NF GROUP Research, 2026

## Предложение

В Московской области в 2025 г. было открыто три малоформатных торговых центра: ТВИД в Ивантеевке (GLA – 17,4 тыс. м<sup>2</sup>), FUTURA в Балашихе (GLA – 16 тыс. м<sup>2</sup>) и Три-Д в Подольске (GLA – 8 тыс. м<sup>2</sup>). Совокупный объем нового предложения составил 41,4 тыс. м<sup>2</sup>, тогда как годом ранее показатель достигал 58,9 тыс. м<sup>2</sup> при открытии шести объектов.

Рынок не пополнился крупноформатными торговыми центрами: новые объекты представлены двумя районными и одним микро-

районными ТЦ, что указывает на фокус девелоперов на объектах с более быстрым запуском и стабильным локальным спросом.

ТЦ «ТВИД» в Ивантеевке (девелопер — ГК «Hauskraft») расположен в географическом центре города. На территории торгового центра находится рекреационная зона вдоль набережной. Якорными арендаторами стали супермаркет «Да!», DDX Fitness, M.Видео, детский игровой центр Star Lab, а также фешн-галерея, фудкорт и летний кинотеатр под открытым небом.

### Торговые центры, открытые в Московской области в 2025 г.

Название	Город	Общая площадь, м <sup>2</sup>	Арендопригодная площадь, м <sup>2</sup>	Формат
ТВИД	Ивантеевка	26 750	17 406	Районный (10-20 тыс. м <sup>2</sup> )
FUTURA	Балашиха	22 000	16 000	Районный (10-20 тыс. м <sup>2</sup> )
Три-Д	Подольск	10 000	8 000*	Микрорайонный (менее 10 тыс. м <sup>2</sup> )
<b>Итого</b>		<b>58 750</b>	<b>41 406</b>	

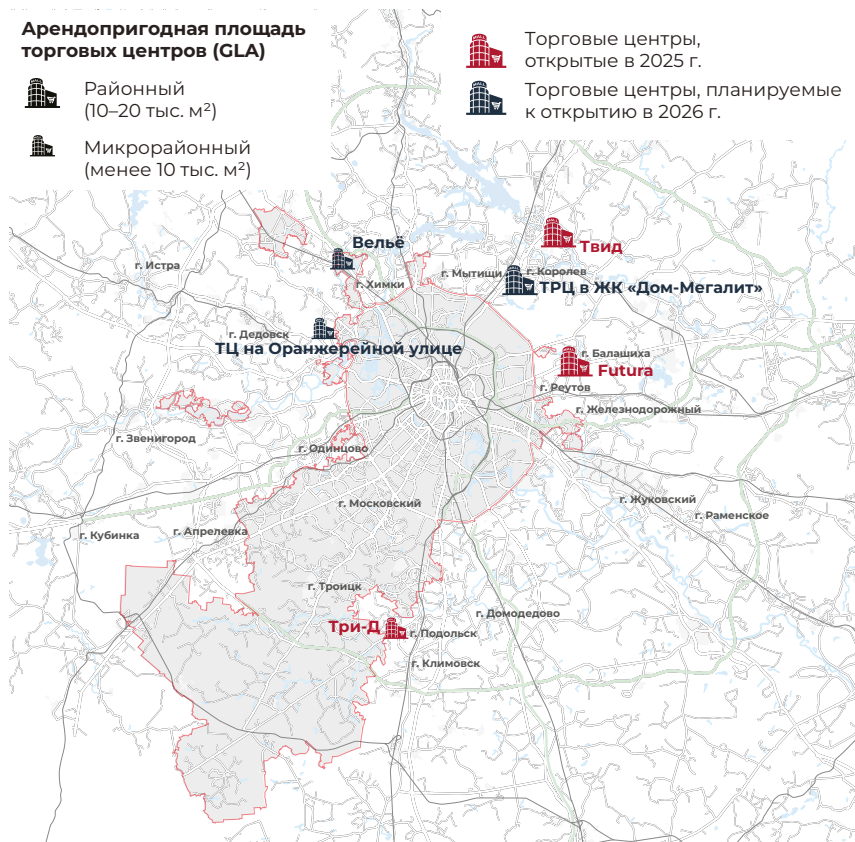
Источник: NF GROUP Research, 2026



ТЦ «FUTURA» в Балашихе объединяет две части центрального района города и расположен рядом с федеральной трассой, привлекая трафик из соседних регионов. В торговом центре уже работают Магнит, DNS Технопоинт и Rostic's.

По итогам 2025 г. общий объём рынка торговых центров Московской области составил 1,975 млн м<sup>2</sup>, при этом обеспеченность торговыми площадями на 1 000 жителей составила 225 м<sup>2</sup> (в 2024 г. - 226 м<sup>2</sup>). Несмотря на незначительное снижение темпов ввода новых объектов, рост численности населения на 1,4% относительно 2024 г. привёл к небольшому сокращению показателя обеспеченности.

Торговые центры, открытые в Московской области в 2025 г. и запланированные к открытию в 2026 г.



Источник: NF GROUP Research, 2026



## РЕГИОНЫ

### Новое предложение в региональных городах\*

В 2025 г. в региональных городах России было открыто 9 торговых центров арендопригодной площадью 129,1 тыс. м<sup>2</sup>, что почти вдвое ниже показателя 2024 г., когда было введено 324 тыс. м<sup>2</sup>. Данная динамика обусловлена как трансформацией потребительского спроса, так и макроэкономическими факторами, включая высокий уровень ключевой ставки и рост себестоимости строительства, что ограничивает запуск крупномасштабных проектов. По итогам года объём нового предложения в региональных городах стал минимальным за весь период наблюдений.

Структура нового предложения была смещена в сторону районных торговых центров, на которые пришлось 78% введённых объектов. Микрорайонные и окружные ТЦ составили по 11%. Для сравнения, в 2024 г. структура ввода характеризовалась преобладанием микрорайонных торговых центров, доля которых составляла 53,6%. Районные объекты формировали 28,6% нового предложения, а окружные торговые центры - 17,9%.

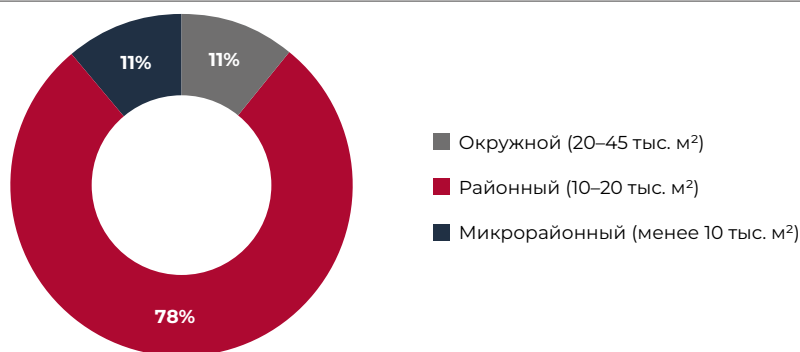
#### Основные показатели

Общее предложение действующих объектов в России (площадь общая/арендуемая), млн м <sup>2</sup>	55,9/33,5
Общее предложение действующих объектов в региональных городах* (площадь общая/арендуемая), млн м <sup>2</sup>	33,3/21
Открыто в 2025 г. в региональных городах* (площадь общая/арендуемая), тыс. м <sup>2</sup>	220,9/129,1
Запланировано к открытию в региональных городах* в 2026 г. (площадь общая/арендуемая), тыс. м <sup>2</sup>	711,9/431,9

\* Без учета объектов Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга

Источник: NF GROUP Research, 2026

#### Структура нового предложения в региональных городах России



Источник: NF GROUP Research, 2026

#### Динамика открытий новых торговых центров в региональных городах России, тыс. м<sup>2</sup>



Источник: NF GROUP Research, 2026

\* Без учета торговых центров Москвы, Московской области, Санкт-Петербурга и Ленинградской области.



## Торговые центры, открытые в региональных городах\* в 2025 г.

Название	Город	Общая площадь, м²	Арендопригодная площадь, м²	Формат
Гранд-Сити	Кемерово	37 593	27 500	Окружной (20-45 тыс. м²)
Мой Порт, II оч.	Ижевск	42 000	17 000	Районный (10-20 тыс. м²)
АЙСБЕРГ МОЛЛ	Михайловск	22 103	14 367	Районный (10-20 тыс. м²)
СолнцеМолл	Иркутск	17 000	13 600	Районный (10-20 тыс. м²)
Солнечный	Ставрополь	16 500	13 200	Районный (10-20 тыс. м²)
Мегастиль* открытие специализированного ТЦ	Казань	16 000	12 800	Районный (10-20 тыс. м²)
Esfera Center	Нальчик	15 000	12 000	Районный (10-20 тыс. м²)
Mira	Владивосток	48 000	12 000	Районный (10-20 тыс. м²)
ТВК Новая Провинция	Ростов-на-Дону	6 800	6 700	Микрорайонный (менее 10 тыс. м²)
<b>Итого</b>		<b>220 996</b>	<b>129 167</b>	

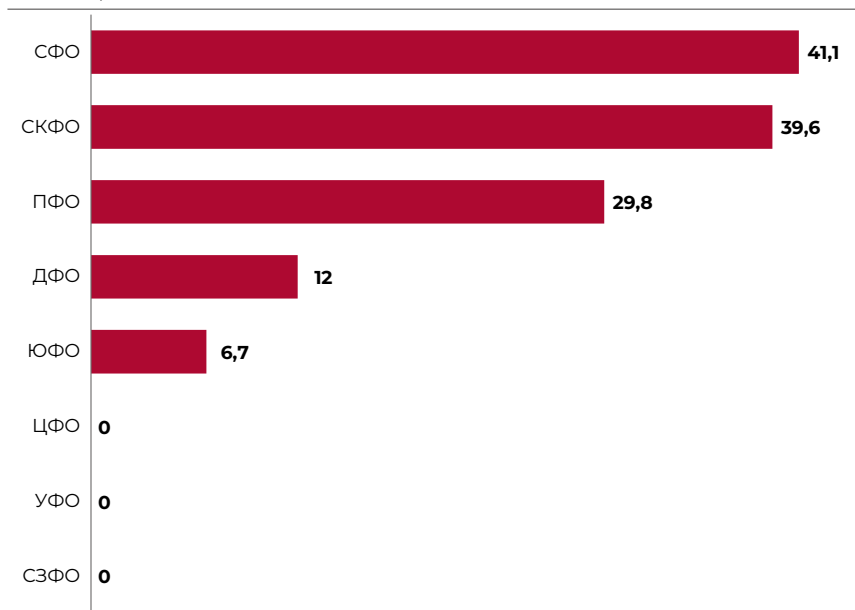
\* Без учета объектов Москвы, Московской области, Санкт-Петербурга, Ленинградской области.

Источник: NF GROUP Research, 2026

В 2025 г. структура ввода сместилась в пользу районных торговых центров за счёт сокращения доли как микрорайонных, так и окружных форматов. Сдвиг в сторону районных торговых центров объясняется концентрацией девелоперов на проектах с устойчивым спросом и быстрой заполняемостью.

Крупнейшим открытием в региональных городах в 2025 г. стал ТРЦ «Гранд-Сити» (GLA – 27 тыс. м²) в Кемерово, который стал единственным торговым центром окружного формата, введенным в эксплуатацию в этом году. Комплекс удобно расположен у въезда в город, вдоль основной транспортной артерии – улицы Тухачевского, соединяющей Кемерово с другими населенными пунктами Кузбасса.

## Распределение нового предложения по федеральным округам России, тыс. м²



Источник: NF GROUP Research, 2026

Строительство ТРЦ началось в 2006 г., однако здание долгое время оставалось незавершённым. После 17 лет с момента начала работ объект был введён в эксплуатацию, что позволило вывести на рынок крупноформатный центр окружного уровня. Арендаторами стали универсам «Монетка», Мототека, Мебельный центр, магазины одежды и обуви (Sneaker, Flamingo, Вселенная), Ormatek, «Мир постельного белья», специализированный магазин «Краски для жизни» и другие.

Средняя площадь торговых центров, введённых в 2025 г., составила 14,4 тыс. м<sup>2</sup>, что на 19% выше показателя 2024 г. Рост среднего размера объектов обусловлен открытием окружного торгового центра - ТРЦ «Гранд-Сити» в Кемерово (GLA – 27,5 тыс. м<sup>2</sup>), а также районными ТЦ, средняя площадь которых достигла 13,6 тыс. м<sup>2</sup>. Несмотря на увеличение средней площади, тренд на развитие малоформатных объектов сохраняется: большинство введённых в 2025 г. ТЦ - районного и микрорайонного формата. Для сравнения, в 2024 г. рост средней площади был более выраженным и составил 42%, что связано с открытием пяти объектов окружного формата средней площадью 27,1 тыс. м<sup>2</sup>.

В 2025 г. новых объектов не появилось в Центральном, Уральском и Северо-Западном федеральных округах, тогда как в 2024 г. торговые центры открывались во всех федеральных округах России. В 2025 г. лидерами по вводу в региональных городах стали Сибирский (41,1 тыс. м<sup>2</sup>), Северо-Кавказский (39,6 тыс. м<sup>2</sup>) и Приволжский (29,8 тыс. м<sup>2</sup>) федеральные округа.

В Сибирском федеральном округе крупными открытиями стали ТРЦ «Гранд-Сити» в Кемерово (GLA - 27,5 тыс. м<sup>2</sup>) и «СолнцеМолл» в Иркутске (GLA - 13,6 тыс. м<sup>2</sup>). ТЦ «СолнцеМолл», простоявший закрытым почти 10 лет, открылся и пополнился такими арендато-

рами, как PRILNYA38, re:premium, Тасибара, супермаркет «Командор», «Детский мир», DNS, «Л'Этуаль», Sokolov, «Магнит Косметик Molecula» и другие.

В Северо-Кавказском федеральном округе открылись торговые центры районного формата – «Айсберг Молл» в Михайловске (GLA – 14,4 тыс. м<sup>2</sup>), ТРЦ «Солнечный» в Ставрополе (GLA – 13, 2 тыс. м<sup>2</sup>) и Esfera Center в Нальчике (GLA – 12 тыс. м<sup>2</sup>). ТЦ «Айсберг Молл» начал работу в конце декабря. Ранее трафик из Михайловска был ориентирован на Ставрополь, поэтому открытие собственного торгового центра будет забирать на себя часть покупателей. В качестве якорных арендаторов в нём представлены М.Видео, Ваон, Befree, Zarina, DNS, магазин детской одежды «Модные дети» и другие. ТРЦ «Солнечный» в Ставрополе расположен в зоне индивидуальной жилой застройки и уже включает арендаторов DDX, DNS и kari, а ТЦ «Esfera Center» занял первые три этажа жилого комплекса, организовав крытую прогулочную террасу на крыше.

В Приволжском федеральном округе ввод был обеспечен двумя районными торговыми центрами: ТЦ «Мегастиль» в Казани (GLA – 12,8 тыс. м<sup>2</sup>) и второй очередью ТЦ «Мой Порт» в Ижевске (GLA – 17 тыс. м<sup>2</sup>). ТЦ «Мегастиль» рассчитан на 750 торговых точек и предлагает магазины электроники, одежды, обуви, товаров для дома, красоты и детских товаров.

Комплекс расположен в шаговой доступности от остановок общественного транспорта и на первой линии Горьковского шоссе. ТЦ «Мой Порт» расположен на пересечении улиц Удмуртской и Кирова, вблизи остановок общественного транспорта. Изначально объект развивался как торговый центр с фокусом на товары для дома и ремонта, однако запуск второй очереди был направлен на усиление досугово-развлекательной функции. В ее составе открылся активити-парк «СуперЛенд» и новый фудкорт; запуск кинотеатра «Синема 5» запланирован на 2026 г.

Часть новых открытий в 2025 г. представляла собой завершение ранее замороженных объектов и расширение предложения за счёт новых очередей существующих и успешных проектов, что отражает сдержанную инвестиционную активность и фокус девелоперов на снижении рисков. Концепции новых объектов смещаются в сторону усиления досугово-развлекательной составляющей, что подтверждается запуском фудкоров, активити-парков, кинотеатров. В условиях ограниченного нового строительства торговые центры все чаще выполняют функцию локальных центров притяжения, способствуя перераспределению покупательского трафика в пределах города и снижению оттока спроса в более крупные города.

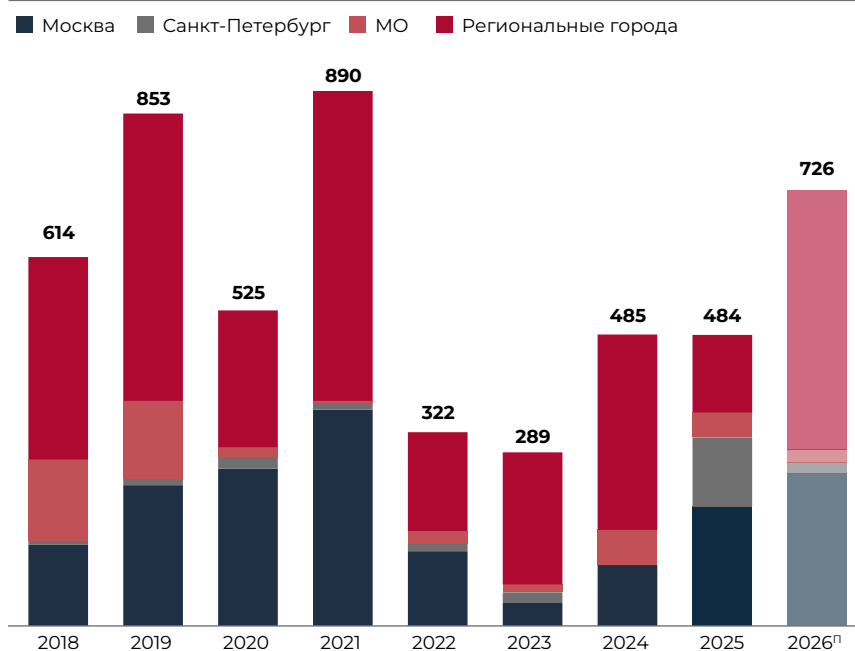


## Общее предложение торговых центров в России

По итогам 2025 г. общий объем рынка торговых центров в России составил 33,5 млн м<sup>2</sup>. Прирост нового предложения достиг 484,2 тыс. м<sup>2</sup> в 30 объектах, включая Москву, Санкт-Петербург и Московскую область.

Объем ввода в 2025 г. оказался сопоставим с показателем 2024 г., когда прирост новых торговых объектов составил 485 тыс. м<sup>2</sup>. При этом структура нового предложения существенно изменилась. В 2025 г. основной объем ввода пришелся на Москву — 198 тыс. м<sup>2</sup> против 101 тыс. м<sup>2</sup> в 2024 г. В то же время ввод торговых центров в региональных городах сократился более чем в два раза: с 325 тыс. м<sup>2</sup> в 2024 г. до 129 тыс. м<sup>2</sup> в 2025 г., что отражает смещение девелоперской активности в сторону столичного рынка.

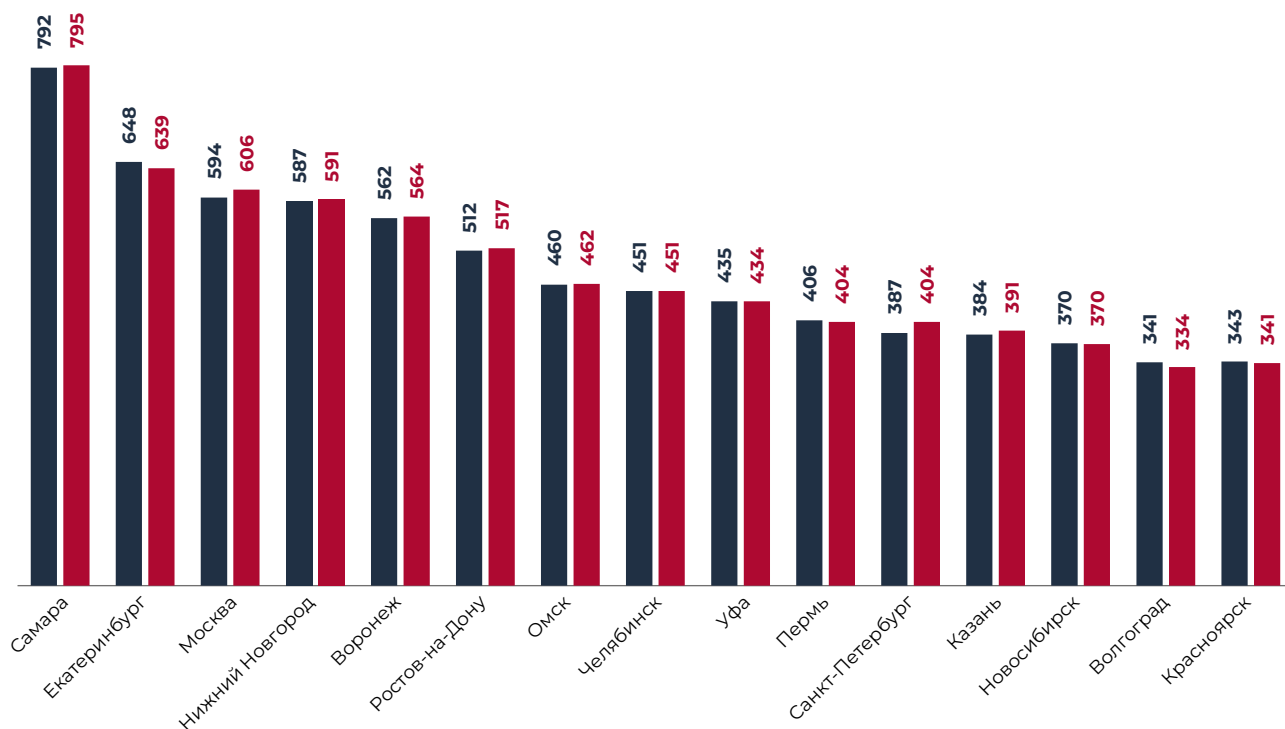
Динамика открытий новых торговых центров в России, тыс. м<sup>2</sup>



Источник: NF GROUP Research, 2026

Обеспеченность городов торговыми центрами, м<sup>2</sup>/1000 жителей

■ 2024 г. ■ 2025 г.



Источник: NF GROUP Research, 2026



В 2025 г. уровень обеспеченности торговыми площадями в городах-миллионниках составил 487 м<sup>2</sup> на 1 000 жителей, что на 0,8% превышает значение 2024 г. (484 м<sup>2</sup> на 1 000 жителей). Рост показателя был зафиксирован в восьми из пятнадцати городов, еще в одном городе он сохранился на уровне предыдущего года.

Лидирующие позиции по насыщенности торговыми площадями традиционно сохранили Самара (795 м<sup>2</sup> на 1 000 жителей), Екатеринбург (639 м<sup>2</sup> на 1 000 жителей) и Москва (606 м<sup>2</sup> на 1 000 жителей). Наиболее выраженная положительная динамика в годовом выражении отмечена в Санкт-Петербурге (+4,3%) и Москве (+2%), где ввод крупных торгово-развлекательных центров Hollywood и Avenue Sever существенно опередил темпы прироста населения.

Увеличение показателя также наблюдалось в Казани (+1,7%) за счет ввода специализированного ТЦ «Мегастиль», а также в Ростове-на-Дону (+0,9%) вследствие откры-

тия ТБК «Новая Провинция». В Челябинске уровень обеспеченности торговыми площадями по итогам года остался неизменным. В ряде городов рост показателя был обусловлен не вводом новых объектов, а снижением численности населения.

В то же время шесть городов-миллионников завершили 2025 г. с сокращением обеспеченности торговыми площадями относительно 2024 г. Наиболее заметное снижение было зафиксировано в Волгограде (-2,1%) на фоне сокращения численности населения на 0,7%, отсутствия ввода новых ТЦ и передачи здания ЦУМ (9,5 тыс. м<sup>2</sup>) под музейный комплекс. В Екатеринбурге снижение составило -1,5%: Уральский филиал Пушкинского музея переехал в ТЦ «Сити-Центр» (7 тыс. м<sup>2</sup>), при этом новых торговых центров не вводилось. Однако в 2026 г. запланирован ввод суперрегионального ТЦ «Золотой», который способен повысить обеспеченность города с 639 до 728 м<sup>2</sup> на 1 000 жителей.

В Перми (-0,6%) и Красноярске (-0,5%) снижение обеспеченности торговыми площадями произошло на фоне роста численности населения и отсутствия ввода новых ТЦ. В Новосибирске и Уфе сокращение носило минимальный характер (-0,2%).

Среди других крупных закрытий в регионах отмечены: ТЦ «Солнечный» (16,2 тыс. м<sup>2</sup>) в Рязани, ТЦ «Айсберг» (11 тыс. м<sup>2</sup>), который было решено снести после пожара, и ТЦ «Восточный» (5 тыс. м<sup>2</sup>) устаревшего формата в Астрахани, здание ЦУМ (9,7 тыс. м<sup>2</sup>) в Липецке, переданное медицинскому институту, и малоформатный ТЦ «Кронштадт» (6 тыс. м<sup>2</sup>) в Архангельске, где планируется открытие обновленного офиса.

При этом в каждом из городов низкий прирост нового предложения и рост обеспеченности обусловлены своими факторами - от структуры и качества существующего предложения до особенностей потребительского спроса.

#### Объем GLA в 2025 г. в крупных городах



Источник: NF GROUP Research, 2026

## Спрос

### Новые международные бренды

В 2025 г. активность международных ретейлеров в региональных торговых центрах оставалась умеренной по сравнению с Москвой и Санкт-Петербургом, где совокупно открылось 15 новых международных брендов. В региональных городах в течение года на рынок вышло 5 иностранных брендов, в то время как в 2024 г. вышло 6 брендов, а в 2023 – 3 бренда. Несмотря на сдержанные темпы экспансии, интерес зарубежных операторов к региональным рынкам сохраняется. К новым брендам относится итальянский бренд Карра, специализирующийся на спортивной одежде, австрийский бренд одежды и обуви Northland, белорусский бренд Mua и итальянский Emiliano Zapata, а также De'Longhi из сегмента бытовой техники и электроники.

По географии присутствия в 2025 г. новые международные бренды были представлены в 13 городах, что сопоставимо с уровнем 2024 г.

(11 городов) и свидетельствует о сохранении широкого регионального охвата. Наиболее востребованным городом по количеству открытий стал Нижний Новгород, где новые магазины в суперрегиональном ТЦ «Фантастика» открыли 60% новых брендов (Карра, Northland, Mua). Остальные открытия были распределены между Краснодаром, Казанью, Новосибирском, Пермью, Иркутском, Саратовом, Воронежем, Брянском, Мытищами, Южно-Сахалинском, Кудрово и Хасавюртом.

По странам происхождения лидировала Италия (3 бренда), а Австрия и Беларусь представили по одному бренду. В структуре по ценовым сегментам преобладали бренды среднего и среднего плюс сегментов - 3 оператора. По профилю деятельности 80% новых международных брендов пришлось на сегмент одежды и обуви, еще 20% - на бытовую технику и электронику.

Наиболее крупным брендом по географии присутствия в 2025 г.

стал итальянский Карра, открывший магазины в 7 городах. Вторым по масштабу регионального охвата стал австрийский бренд Northland, представленный в 5 городах. Остальные бренды ограничились выходом в один город, что указывает на тестовый характер их региональной экспансии.

### Открытие флагманских магазинов

В 2025 г. в региональных городах наблюдалась активность по открытию флагманских магазинов и торговых точек увеличенного формата. Новые объекты выполняют не только торговую функцию, их концепции ориентированы на расширение покупательского опыта за счет увеличенных площадей, дополнительного сервиса, зонирования пространства, уникальных архитектурных решений. Большинство флагманов размещалось в крупных торгово-развлекательных центрах с устойчивым трафиком.

Международные бренды, вышедшие на региональный рынок в 2025 г.

Бренд	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент	Название ТЦ
Карра	Италия	Спортивная одежда	Средний	ТРЦ «OZ МОЛЛ» г. Краснодар ТЦ «Галерея Чижова» г. Воронеж ТЦ «Красный кит» г. Мытищи ТЦ «Триумф Молл» г. Саратов ТЦ «Фантастика» г. Нижний Новгород ТЦ «МЕГА» г. Казань ТРЦ «МЕГА» г. Новосибирск
Northland	Австрия	Одежда и обувь	Масс-маркет	ТЦ «АЭРО ПАРК» г. Брянск ТЦ «ЯркоМолл» г. Иркутск ТЦ «Фантастика» г. Нижний Новгород ТЦ «Планета» г. Пермь ТРЦ «СИТИ МОЛЛ» г. Южно-Сахалинск
Mua	Беларусь	Одежда и обувь	Средний	ТЦ "Фантастика г. Нижний Новгород
De'Longi	Италия	Бытовая техника и электроника	Средний/ Средний плюс	ТЦ МЕГА Дыбенко г. Кудрово
Emiliano Zapata	Италия	Одежда и обувь	Премиум	ТЦ Арним г. Хасавюрт

Источник: NF GROUP Research, 2026

Одним из крупнейших открытий года стал флагманский магазин SELA в ТРЦ «Гринвич» в Екатеринбурге площадью 2 500 м<sup>2</sup>, концепция которого ориентирована на семейный формат шопинга. Пространство включает игровые зоны для детей, зоны отдыха для взрослых и просторные примерочные, что отражает стратегию бренда по формированию комфортной среды и увеличения продолжительности шопинга. Также в Екатеринбурге в ТРЦ VEER Mall начал работу салон Дома моды HENDERSON площадью 760 м<sup>2</sup>, усиливший присутствие бренда в регионе.

В сегменте бьюти-ритейла в Краснодаре был открыт флагманский магазин сети «Магнит Косметик» - «М.Кос» площадью 130 м<sup>2</sup>. Формат магазина ориентирован на премиальный ассортимент и включает использование AR-технологий, а также услуги профессиональных визажистов.

Флагманский формат O'STIN площадью 2 000 м<sup>2</sup> был открыт в Самаре в ТРЦ «Космопорт». Объект реализован в обновленной концепции бренда и ориентирован на создание комфортного пространства для продолжительного шопинга.

В Нижнем Новгороде в ТЦ «МЕГА Нижний Новгород» открылся самый большой в городе магазин СИН в новом формате площадью 1 200 м<sup>2</sup>, отражающий стратегию бренда по укрупнению торговых площадей в ключевых региональных агломерациях.

Другим масштабным проектом стало открытие гипермаркета Hoff площадью 8 500 м<sup>2</sup> в Воронеже в ТЦ «Максимум». Это третий магазин сети в городе, крупнейший гипермаркет в регионе, а также один из самых крупных объектов сети в стране. В магазине собраны все востребованные коллекции, а также новая матрасная студия,

которая пока недоступна в других гипермаркетах.

Примером редевелопмента и расширения действующих магазинов стало открытие обновленного флагмана Befree в ТРЦ «МЕГА Омск». Площадь магазина была увеличена с 469 до 830 м<sup>2</sup>, что сделало его крупнейшим торговым объектом сети в городе и подчеркнуло ориентацию бренда на масштабные форматы в регионах.

Открытие флагманских магазинов и торговых объектов крупного формата в 2025 г. отражает стратегию ритейлеров по усилению присутствия в региональных городах за счет создания якорных пространств, способных формировать дополнительный трафик и повышать лояльность покупателей.

### Поиск новых смыслов и форматов в торговых центрах

В 2025 г. наблюдается тренд на переосмысление роли торговых центров: вместо исключительно коммерческих пространств они становятся площадками для спорта, культуры, образования и общественной жизни. В услови-

ях однотипности торговых галерей и высокой конкуренции со стороны онлайн-каналов возрастает спрос на необычные концепции, которые создают повод для посещения торгового центра и усиливают эмоциональную вовлеченность.

В Екатеринбурге ТРЦ Veer Mall превратился в площадку для ночного забега, где были подготовлены две трассы длиной 3 000 м и 6 000 м. Аналогичные спортивные события регулярно проходят в торговых центрах сети МЕГА в городах России, привлекая аудиторию, ориентированную на активный образ жизни, и создавая уникальный опыт посещения.

Культурные и образовательные форматы также расширяют функции ТЦ. В сити-парке «Град» в Воронеже открылась выставка «Зачем родился?» Евгения Хамона. Экспозиция площадью 1 300 м<sup>2</sup> включает более 60 произведений российских художников, включая масштабные работы длиной до 8 метров. Выставка структурирована по темам жизненных выборов, внутренней трансформации личности и коллективной памяти.





В Санкт-Петербурге в ТЦ «Авеню» была открыта библиотека, интегрированная в торговое пространство. Такой проект расширяет роль центра как общественного места, ориентирован на регулярное посещение и создание среды для досуга.

На 2026 г. также запланированы новые форматы: в ТРЦ «Охта Молл» в Санкт-Петербурге планируется открытие коворкинга площадью около 1 000 м² и музея «Город будущего». Эти инициативы демонстрируют стремление девелоперов превращать ТЦ в многофункциональные пространства, где коммерция сочетается с культурой, образованием и досугом.

### Продолжение тренда на коллаборации

В 2025 г. наблюдалось активное развитие коллабораций между брендами, а также между ретейлерами и культурными институтами. Такие проекты позволили брендам усилить имидж, расширить аудиторию и предложить уникальные продукты.

Российский бренд SELA представил лимитированную коллекцию, вдохновлённую киностудией «Мосфильм» - «Иван Васильевич меняет профессию», «Девчата» и «Карнавальная ночь». Коллекция включала одежду с тематическими принтами и декоративными элементами, ориентированную на широкую аудиторию.

Befree реализовал сразу несколько коллабораций. В партнёрстве с художником Данилом Дзге была выпущена коллекция одежды с яркими принтами собак, а совместно с киностудией «Союзмультфильм» бренд создал коллекцию гранжевых лонгсливов и футболок с изображением мультперсонажей. Также Befree объединился с сервисом Aviasales для выпуска лимитированной коллекции в фирменном синем цвете «Chear Blue» для путешественников.

Коллаборации охватывали и культурные проекты: O'STIN и Яндекс Книги при поддержке Плюс Студии создали лимитированную коллекцию, вдохновлённую стилем и поэзией Сергея Есенина. На футболках, рубашках и аксес-

суарах использовались принты с архивными портретами поэта и цитатами из его произведений, включая «Письмо к женщине» и «Заметался пожар голубой». Также бренд Tom Tailor совместно с Музеем Москвы запустил проект, в рамках которого сотрудники музея получили одежду из актуальной коллекции бренда.

Cofix совместно с дизайнером Артемием Лебедевым разработал сезонное меню и мерч. Аналогично, сотрудничество «ВкусВилл» и французского бьюти-бренда Vivienne Sabó позволило объединить продукты двух категорий - черный круассан и тушь Cabaret Premiere. EKONIKA совместно с MIXIT также планируют открыть собственные кафе, расширяя взаимодействие брендов с аудиторией.

2025 г. показал, что коллаборации стали инструментом стратегического развития брендов в России, усиливая лояльность потребителей и создавая уникальные предложения на рынке.



## Прогноз

На 2026 г. анонсировано открытие трёх торговых центров в Московской области, суммарной арендопригодной площадью 21,6 тыс. м². Основной объём нового предложения формируется за счёт одного торгового центра районного формата — ТРЦ в составе ЖК «Дом-Мегалит» в Королёве (GLA - 14 тыс. м²).

Проекты ТРЦ в ЖК «Дом-Мегалит» и «Вельё» в Химках изначально планировались к открытию в 2025 г., однако их реализация была перенесена. Оба объекта относятся к малоформатным торговым центрам и ориентированы на обслуживание локального спроса.

Торговый центр на Оранжерейной улице в Красногорске изначально предусматривал площадь 21,6 тыс. м², однако проект оказался слишком масштабным и сейчас он реализуется в микрорайонном формате площадью около 5 тыс. м².

Торговые центры, планируемые к открытию в Московской области в 2026 г.

Название	Город	Общая площадь, м²	Арендопригодная площадь, м²	Формат
ТРЦ в ЖК «Дом-Мегалит»	Королёв	19 000	14 000	Районный (10-20 тыс. м²)
Вельё	Химки	6 148	4 122	Микрорайонный (менее 10 тыс. м²)
ТЦ на Оранжерейной улице	Красногорск	5 000	3 500*	Микрорайонный (менее 10 тыс. м²)
<b>Итого</b>		<b>30 148</b>	<b>21 622</b>	

\*Оценка NF GROUP

Источник: NF GROUP Research, 2026

Торговые центры, планируемые к открытию в региональных городах в 2026 г.

Название	Город	Общая площадь, м²	Арендопригодная площадь, м²	Формат
Золотой	Екатеринбург	235 360	137 914	Суперрегиональный (более 75 тыс. м²)
Шоколад	Барнаул	63 950	35 000	Окружной (20-45 тыс. м²)
Даф	Курск	64 000	32 000	Окружной (20-45 тыс. м²)
Мегапарк	Челябинск	48 000	31 200	Окружной (20-45 тыс. м²)
AQUA Mall	Новороссийск	50 000	27 500	Окружной (20-45 тыс. м²)
Мир	Краснодар	39 000	25 560	Окружной (20-45 тыс. м²)
Первый	Махачкала	37 000	25 000	Окружной (20-45 тыс. м²)
Парк	Нижний Тагил	37 000	20 000	Окружной (20-45 тыс. м²)
М4 Молл	Ростов-на-Дону	21 720	188 00	Районный (10-20 тыс. м²)
Парк	Благовещенск	26 624	16 000*	Районный (10-20 тыс. м²)
Кислород	Кисловодск	24 000	16 000	Районный (10-20 тыс. м²)
Park Plaza	Магас	18 000	12 600	Районный (10-20 тыс. м²)
Флагман	Махачкала	18 000	12 500*	Районный (10-20 тыс. м²)
Шапито	Самара	13 300	10 000*	Районный (10-20 тыс. м²)
ТЦ	Сочи	10 000	7 000	Микрорайонный (менее 10 тыс. м²)
Ритейл парк	Новосибирск	6 000	4 800	Микрорайонный (менее 10 тыс. м²)
<b>Итого</b>		<b>711 954</b>	<b>431 874</b>	

\*Оценка NF GROUP

Источник: NF GROUP Research, 2026

На 2026 г. анонсировано открытие 16 торговых центров в регионах России с общей арендопригодной площадью 431, 8 тыс. м<sup>2</sup> в 15 городах. Большая часть проектов — это переносы с 2024 г., что связано как с задержками строительства, так и с низким уровнем наполнения арендаторами. Среди новых объектов особое внимание привлекает запуск ТЦ суперрегионального формата «Золотой» в Екатеринбурге (GLA - 137,9 тыс. м<sup>2</sup>). Оставшиеся объекты распределяются по форматам следующим образом: 44% приходится на торговые центры окружного формата, а оставшиеся 50% — на мало-

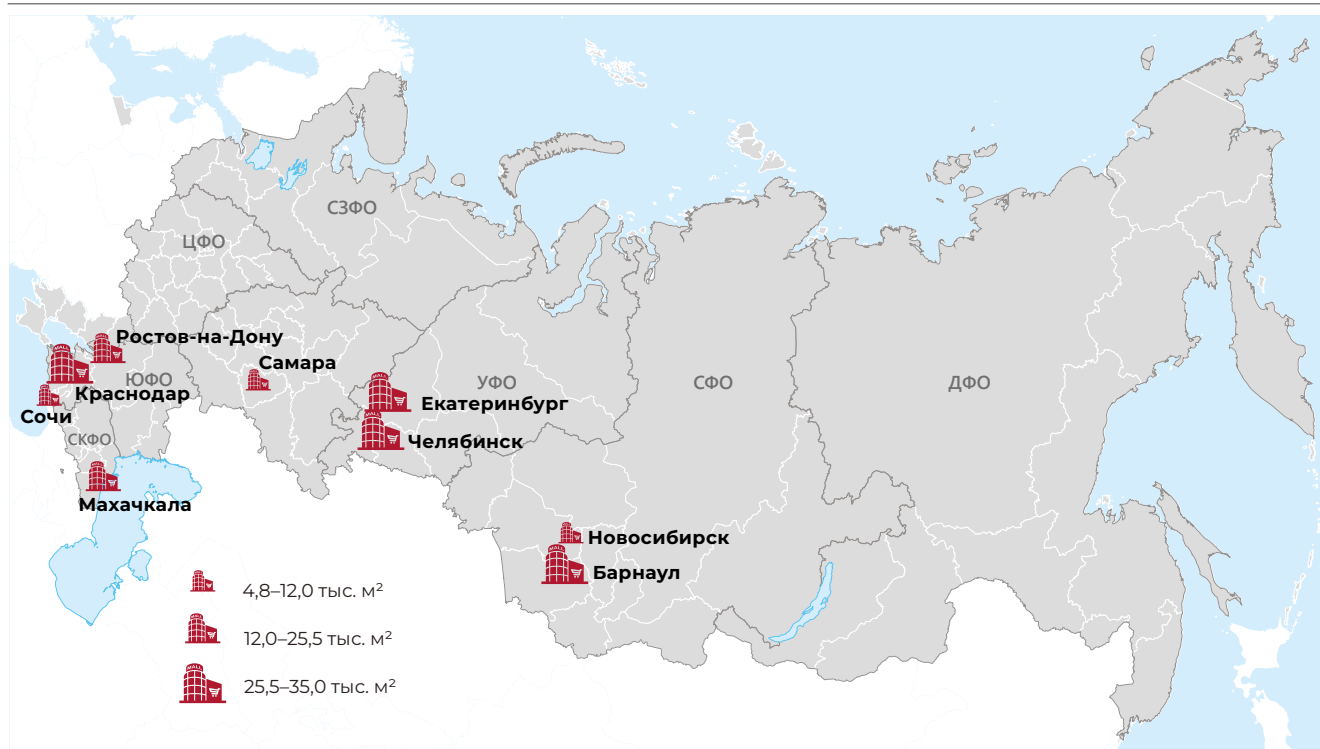
форматные проекты. Наибольшая активность запланирована в СКФО и ЮФО, где откроется по 4 новых объекта в каждом федеральном округе.

По итогам 2026 г. объем качественного торгового предложения в региональных городах России может достичь 21,5 млн м<sup>2</sup>. При реализации планов девелоперов средний показатель обеспеченности городов-миллионников торговыми площадями может увеличиться до 498 м<sup>2</sup> на 1 000 жителей.

В 2026 г. сохраняется высокий потенциал выхода российских брендов на рынок: они продолжа-

ют заполнять вакантные площади, осваивать города и тестировать новые форматы. Это способствует повышению качества и разнообразия спроса в регионах, где традиционные покупки все чаще комбинируются с развлекательными, культурными и социальными сценариями. Вместе с тем ключевым риском для рынка станет повышение ставки НДС до 22%, которое, по оценкам Минфина, может привести к росту инфляции примерно на 1 п.п., что усилит давление на арендаторов и может скорректировать цены для конечных потребителей.

Объем GLA в 2026 г. в крупных городах



Источник: NF GROUP Research, 2026

## Тренды

- > Новое предложение продолжает формироваться малоформатными торговыми центрами
- > Основной прирост новых торговых центров приходится на СКФО, СФО, ПФО
- > Продолжение тренда на коллаборации и выпуск лимитированных коллекций совместно с художниками и культурными институтами для усиления эмоциональной вовлеченности покупателей
- > Торговые центры трансформируются в площадки для спорта, культуры и общественной жизни, увеличивая посещаемость и интерес аудитории
- > В региональных городах активно открываются флагманские магазины, предлагая расширенный ассортимент и сервис



## 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 оставте заявку на нашем [сайте](#)

**ТОРГОВАЯ  
НЕДВИЖИМОСТЬ.  
КОНСАЛТИНГ  
И АНАЛИТИКА**

**Евгения Хакбердиева**

Региональный директор

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

## ОЦЕНКА НЕДВИЖИМОСТИ

Ольга Решетнякова

Директор

OR@nfgroup.ru



© NF GROUP 2026 – 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.