

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

III квартал 2026 г.



ТЦ «Чкалов»

**Евгения Хакбердиева**

Региональный директор
департамента торговой
недвижимости NF GROUP

«В III квартале рынок торговой недвижимости Москвы продолжил адаптироваться к изменившимся условиям: мы наблюдаем не только сокращение объемов ввода, но и снижение активности ретейлеров. Рынок аренды смещается в сторону сервисных операторов, спорта и развлекательно-образовательных форматов. Операторы одежды и обуви, с одной стороны, сокращают количество магазинов и их площади, а с другой стороны, тестируют новые форматы, которые позволяют расширять количество контактов с потребителями и предлагать им новый опыт здесь и сейчас».

Предложение

За девять месяцев 2026 г. объем нового предложения торговой недвижимости в Москве составил 58,7 тыс. м² арендопригодной площади – на 46% ниже показателя аналогичного периода 2025 г. (108,9 тыс. м²). Количество открытий также сократилось: с 10 до 4 торговых центров, или на 60%. Рынок пополняется преимущественно небольшими торговыми объектами, тогда как крупноформатные проекты появляются единично. За три квартала 2026 г. был введен один торговый центр окружного формата – «Краски» (GLA – 35 тыс. м²).

В I квартале предложение пополнилось микрорайонным ТЦ «Нахимов» (GLA – 6,2 тыс. м²), расположенным в составе жилого комплекса в Юго-Западном административном округе. Во II квартале состоялся ввод ТЦ «Краски» (GLA – 35 тыс. м²) в составе транспортно-пересадочного узла «Некрасовка».

Ключевые события

- Совет директоров Банка России 11 сентября сохранил ключевую ставку на уровне 14% годовых. По оценке регулятора, в III квартале 2026 года экономика продолжала расти умеренными темпами, при этом инвестиционная активность восстанавливается.
- С 1 сентября 2026 года начался поэтапный переход к использованию цифрового рубля как третьей формы национальной валюты наряду с наличными и безналичными деньгами. На первом этапе крупнейшие банки должны предоставить клиентам возможность совершать операции с цифровыми рублями, а торговые компании с выручкой свыше 120 млн руб. за предыдущий год при соблюдении установленных условий – обеспечить возможность оплаты товаров и услуг в цифровых рублях.
- В сентябре сменились собственники трех торговых объектов Московского региона: ТРЦ «Июнь» (GVA – 45 тыс. м²) в Красногорске перешел к ООО «Литекс», ТЦ «Город Косино» (GVA – 130 тыс. м²) – от структуры Газпромбанка к компании, связанной с азербайджанским AF Holding, и торговая галерея «Технопарк Плаза» (GLA – 4,4 тыс. м²) – к компании «Ассортида».
- В III квартале в Москве введено два малоформатных торговых центра совокупной арендопригодной площадью 17,5 тыс. м² – ТЦ «Ассортида» (GLA – 8,5 тыс. м²) и МФК «Динамика» (GLA – 9 тыс. м²).

Основные показатели*

Общее предложение действующих торговых центров (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	15,3/7,9
Открыто в I–III кв. 2026 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	97,3/58,7
Планируется к открытию в 2026 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	411,1/226,9
Доля вакантных площадей, %	7,3% (+1,8 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	611

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

** Изменение по сравнению с показателем за IV квартал 2025 г.

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

Источник: NF GROUP. Аналитика и исследования, 2026

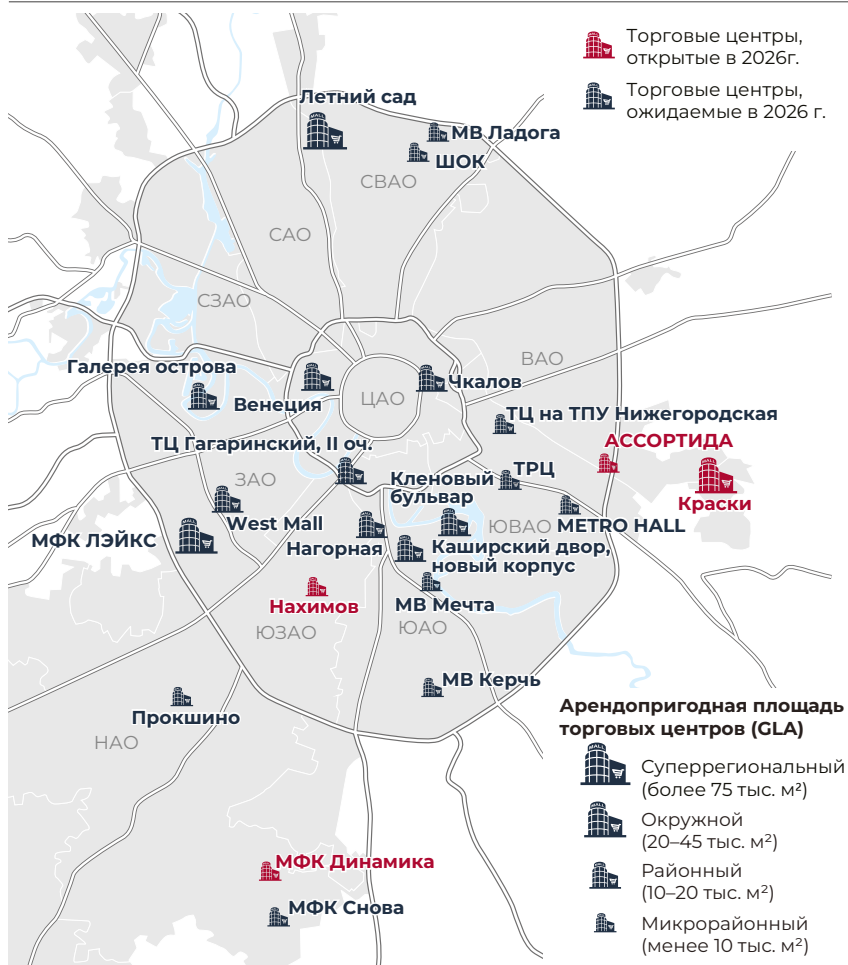
На этот проект приходится более половины всей арендопригодной площади, введенной за девять месяцев.

В III квартале на рынок вышли два проекта общей арендопригодной площадью 17,5 тыс. м². В Юго-Восточном административном округе начал работу ТЦ «Ассортида» (GLA – 8,5 тыс. м²) в районе Выхино-Жулебино, вблизи станции метро «Юго-Восточная». Ранее здание объекта входило в перечень 39 бывших советских кинотеатров, приобретенных ADG Group для реконструкции; впоследствии объект сменил собственника, а здание сохранили и переформатировали под торговлю. В торговом центре среди операторов представлены фитнес-клуб Spirit.Fitness, супермаркет «Перекресток», кофейня «Дринкит».

В Новой Москве введен МФК «Динамика» (GLA – 9 тыс. м²), реализованный ГК «Самолет» в поселении Рязановское. В комплексе уже открылись супермаркет «Супер Лента» и ресторан Rostic's. Проект ориентирован на обслуживание повседневного спроса жителей прилегающей жилой застройки.

Одновременно в 2026 году продолжается сокращение существующего торгового предложения в связи с изменением функционального назначения отдельных городских территорий. В частности, ТЦ «Старт» сносится в рамках реализации проекта комплексного развития территории: на его месте планируется строительство бизнес-центра «Поле» общей площадью 209,6 тыс. м². Кроме того, сносится ТЦ «Поляна» в связи со строитель-

Торговые центры, открытые в I–III кв. 2026 г. и анонсированные к открытию в IV кв. 2026 г.



*МВ – сокращение «Место встречи»

Источник: NF GROUP. Аналитика и исследования. 2026

ством железнодорожной магистрали «Москва – Санкт-Петербург».

В результате динамика торгового предложения в Москве определяется не только вводом новых объектов, но и перераспределением существующего фонда. Преобладание малоформатных проектов

отражает развитие торговой инфраструктуры внутри жилых районов и ориентацию новых объектов на повседневный спрос населения. Одновременно отдельные торговые площадки уступают место офисным, жилым проектам, а также транспортной инфраструктуре.

Торговые центры Москвы, открытые в 2026 г.

Название	Округ	Район	Общая площадь, м²	Арендо-пригодная площадь, м²	Формат	Девелопер	Открытие
«Краски»	ЮВАО	Некрасовка	58 000	35 000	окружной	3S Group	II кв. 2026
МФК «Динамика»	НАО	поселение Рязановское	16 800	9 000	микрорайонный	«Самолет»	III кв. 2026
«Ассортида»	ЮВАО	Выхино-Жулебино	13 046	8 480*	микрорайонный	«Ассортида»	III кв. 2026
«Нахимов»	ЮЗАО	Черемушки	9 500	6 175*	микрорайонный		I кв. 2026
Итого			97 346	58 655			

* Площади указаны оценочно

Источник: NE GROUP. Аналитика и исследования. 2026

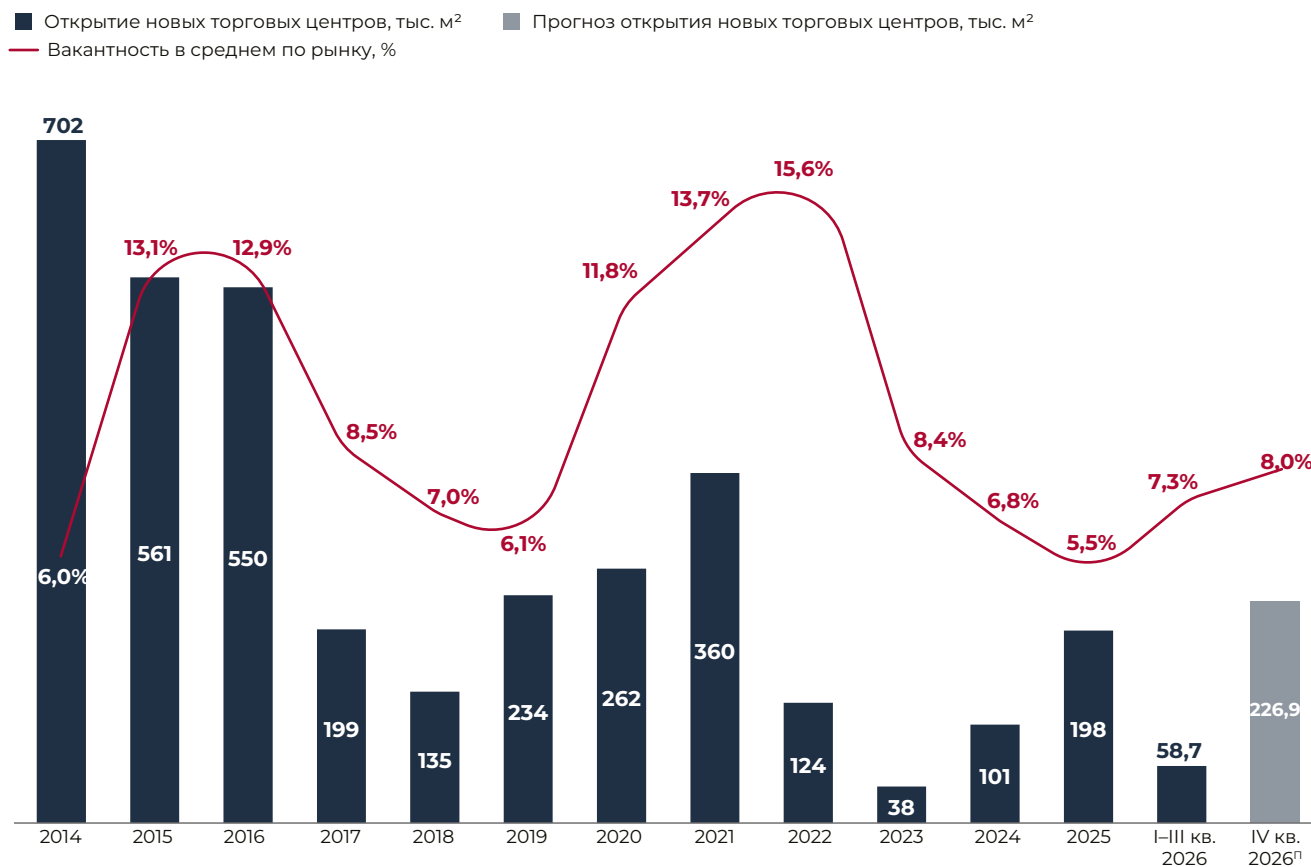
Вакантность

По итогам III квартала 2026 года доля свободных площадей в торговых центрах Москвы составила 7,3%, что на 0,9 п. п. выше уровня II квартала (6,4%) и на 1,8 п. п. – показателя конца 2025 года (5,5%).

Рост вакантности обусловлен активной оптимизацией физических сетей: во II–III кварталах начали высвобождаться площади, об освобождении которых ретейлеры уведомили еще в начале года. Большинство брендов, пересматривающих свое офлайн-присутствие, представлены в сегменте одежды и обуви – их доля составляет 62%. До конца года прогнозируется дальнейший рост вакантности до 8%.



Динамика открытия новых торговых центров и доли вакантных площадей



Источник: NF GROUP. Аналитика и исследования, 2026

¹⁾30 крупнейших и наиболее качественных торговых центров Москвы.

Спрос

Тенденции спроса

В III квартале продолжилась трансформация подходов ретейлеров к работе с аудиторией: компании все активнее используют физическое пространство не только для продаж, но и как инструмент вовлечения и коммуникации с покупателями. На этом фоне развиваются коллаборации, временные и тестовые форматы, а также спортивные, культурные и развлекательные активности, которые формируют дополнительные поводы для посещения торговых объектов.

1. Коллаборации как инструмент привлечения новой аудитории

Совместные коллекции и проекты позволяют ретейлерам выходить за пределы собственной целевой аудитории и повышать узнаваемость бренда:

- › Vefree представил тройную коллаборацию с «Союзмультфильмом» и дизайнером Никитой Ларусом, в рамках которой вышла коллекция одежды с узнаваемыми персонажами мультфильмов.
- › «585 Золотой» и STELLARY выпустили совместную лимитированную коллекцию, которая объ-

единила декоративную косметику и ювелирные украшения.

- › Zolla и сеть кофеен Mates представили летнюю коллаборацию «Городские текстуры» со специальным напитком и скидкой 20% на ассортимент бренда.

2. Тестирование новых форматов и временных концепций

Временные форматы позволяют ретейлерам тестировать новые категории, концепции и локации до полноценного запуска, оценивая востребованность предложения и перспективы дальнейшего развития:

- › В «Афимолл Сити» Dry & Go запустил поп-ап с услугами профессиональной укладки, тестируя бьюти-формат в торговом центре.
- › Gloria Jeans представил новое направление Gloria Glow в рамках временного поп-апа в ТРЦ «Саларис», знакомя аудиторию с новой категорией.
- › MANEKEN BRAND открыл временное пространство в «Афимолл Сити» для презентации новой коллекции и лимитированной капсулы.

- › «Кракатау» перешел от тестового присутствия к полноценному магазину в «Авиапарке»: с 2022 г. бренд работал здесь в формате корнера в Trend Island.

3. Развитие досуговой функции торговых центров

Торговые центры расширяют сценарии использования пространства, дополняя торговлю спортивными, культурными и развлекательными активностями, что создает дополнительные поводы для посещения торгового центра:

- › В РЦ «Место встречи Орион» начал работать бильярдный клуб «МосБильярд» площадью около 935 м², где планируется развивать клубную лигу, проводить частные мероприятия и организовать школу бильярда.
- › В ТРЦ «Город Лефортово» освободившиеся площади «Спорт-мастера PRO» использовали для проведения тематического рейва с тренировками, шахматным турниром и маркетом локальных брендов.
- › В «Ривьере» прошел ночной забег с DJ-сетями в рамках ЗОЖ-выходных.



ТРЦ «Краски»

Оптимизация сетей

В III квартале оптимизация физических сетей перешла в более активную фазу: число брендов, пересматривающих свое офлайн-присутствие, достигло 60 против 39 по итогам I полугодия 2026 г., увеличившись на 54% за квартал. Основным сценарием становится сокращение действующих сетей – 48% брендов оптимизируют количество торговых точек. Среди них – бренды RE, «СИН», CR, XC и MO компании FES Retail, а также The Act и «М.Косметик», где прослеживается тенденция к сокращению числа магазинов. Еще 35% брендов, среди которых Present & Simple, Madame Coco, Viva la Vika и Choux, объявили о закрытии всех физических магазинов. Еще 17% брендов столкнулись с финансовыми трудностями либо находятся в зоне неопределенности.

По страновой структуре российские компании формируют основную часть выборки – 78% всех брендов, пересматривающих стратегию присутствия. На турецкие компании приходится 10%, на итальянские и финские – по 3%, еще по 2% – на бренды из Казахстана, Кореи и Дании.

Наибольшая доля брендов, пересматривающих стратегию присутствия, приходится на одежду и обувь – 62%. Далее следуют «Това-

ры для дома» и «Косметика и парфюмерия» – по 7%, общественное питание – 5%. На бытовую технику и электронику, детскую одежду, универмаги и ювелирные изделия приходится по 3%, на прочие категории – 7%.

Международная экспансия

В III квартале российские ретейлеры продолжили расширять международное присутствие, при этом география экспансии остается преимущественно ориентированной на близлежащие рынки:

- › **Fix Price** – вышел на рынок Сербии, открыв магазины в Белграде и Нови-Саде. Компания планирует развивать в стране сеть из 10 торговых точек.
- › **Аскона** – вышла на рынок Кыргызстана, открыв два фирменных салона в Бишкеке и запустив локальный интернет-магазин.
- › **MIUZ Diamonds** – открыл первый франчайзинговый магазин в Узбекистане. Торговая точка начала работу в Ташкенте на территории отеля «Узбекистан».

Новые иностранные бренды

В 2026 году выход новых международных брендов на российский рынок существенно замедлился. По итогам трех кварталов состоялось

всего пять новых выходов, включая два совместных проекта с российскими компаниями. Для сравнения, за аналогичный период 2025 года на рынок вышли 11 новых иностранных брендов, что свидетельствует о резком снижении активности международных игроков.

В числе новых выходов:

- › **Zanier** (Австрия) – одежда и обувь. Вышел на российский рынок в I квартале через «Спорт-мастер», который стал партнером бренда для запуска в России.
- › **Much FUN** (Китай) – досуг и развлечения. Развлекательное пространство с игровыми автоматами Much FUN площадью 120 м² открылось в ТРЦ «Афимолл Сити». Бренд планирует расширение сети в других крупных городах России.
- › **РЕД СОФТ | Passion** (Россия / Китай) – бытовая техника и электроника. В ТРЦ «Афимолл Сити» открылся первый совместный официальный магазин «РЕД СОФТ» и Passion. В нем представлены смартфоны, планшеты, моноблоки и другая техника Passion.
- › **Polaris | TCL** (Россия / Китай) – бытовая техника и электроника. В ТЦ «МЕГА Казань» открылось первое совместное розничное пространство брендов.

Международная экспансия российских брендов

Бренд	Профиль	Страна (город)	Квартал
PIMS	Общественное питание	Индонезия (о. Бали)	I
Osteria Mario, Shvili	Общественное питание	Узбекистан (Ташкент)	I
«Счастливый взгляд»	Оптика	Казахстан (Алматы)	I
«Дринкит»	Общественное питание	США (Лос-Анджелес)	I
AVGVST	Ювелирные изделия	Китай	II
«Сделано в России»	Продукты питания	Китай	II
MODI	Товары для дома	Беларусь (Минск)	II
Fix Price	Дискаунтер	Сербия (Белград и Нови-Сад)	III
Аскона	Товары для дома	Кыргызстан (Бишкек)	III
MIUZ Diamonds	Ювелирные изделия	Узбекистан (Ташкент)	III

Источник: NF GROUP. Аналитика и исследования, 2026

- › **IF YOU KNOW YOU KNOW** (Армения) – общественное питание. Смэш-бургерная открыла первую точку в гастрокластере «Тверской. Дом вкуса».

Новые российские бренды

В III квартале на рынке появились новые российские бренды и офлайн-концепции. Структура запусков остается разнонаправленной: наряду с брендами, выходящими в физическую розницу,

появляются новые специализированные форматы и проекты, ориентированные преимущественно на онлайн-канал.

Среди наиболее заметных запусков квартала:

- › **KIDIX** – первый флагманский детский спортивно-развивающий центр площадью около 1 000 м², открывшийся в ТРЦ «Краски».
- › **«Айкрафт Прайм»** – премиальная линейка сети «Айкрафт», пер-

вый магазин которой открылся в августе в ТРЦ «Щука».

- › **«МосБильярд»** – бильярдный клуб, открывшийся в РЦ «Место встречи Орион».
- › **Creative Kitchen** – магазин готовой еды, открывшийся в ЖК «Зиларт».
- › **LEA, ANKA PERESILD** и **«809»** – новые бренды, запущившиеся через онлайн-каналы.

Международные бренды, вышедшие на российский рынок в I–III кв. 2026 г.

Название бренда	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент	Выход бренда, квартал
Zanier	Австрия	Одежда и обувь	Масс-маркет	I
Much FUN	Китай	Досуг и развлечения	Масс-маркет	II
«РЕД СОФТ» Passion	Россия и Китай	БТиЭ	Масс-маркет	III
Polaris TCL	Россия и Китай	БТиЭ	Масс-маркет	III
IF YOU KNOW YOU KNOW	Армения	Общественное питание	Масс-маркет	III

Источник: NF GROUP. Аналитика и исследования, 2026

Наиболее заметные выходы новых российских брендов и форматов, запущенных в 2026 году

Бренд	Профиль	Локация	Квартал
Smart Diamonds	Ювелирные изделия	ТЦ «Авиапарк»	I
«Мой тигр»	Ветеринарная клиника	Москва (Софийская наб.)	I
«Гоша Карцев»	Женская одежда	Онлайн	II
Poisoned Hearts	Ювелирные изделия	Онлайн / корнеры в Poison Drop	II
FABZPRO	Одежда и обувь	Москва (Серебряническая наб.)	II
onit	Спортивная одежда	Универмаг «Цветной», ТЦ «Авиапарк»	II–III
Еууа	Косметика и парфюмерия	Онлайн	II
KIDIX	Детский спортивно-развивающий центр	ТРЦ «Краски», МФК «Кунцево Плаза»	II–III
«Айкрафт Прайм»	Оптика	ТРЦ «Щука»	III
LEA	Одежда и обувь	Онлайн	III
ANKA PERESILD	Одежда и обувь	Онлайн	III
«809»	Одежда и обувь	Онлайн	III
Creative Kitchen	Продукты питания (готовая еда)	ЖК «Зиларт»	III
«МосБильярд»	Бильярдный клуб	РЦ «Место встречи Орион»	III

Источник: NF GROUP. Аналитика и исследования, 2026

Коммерческие условия

В III квартале 2026 г. корректировка коммерческих условий в торговых центрах Москвы затронула непродовольственные сегменты и общественное питание.

Для товаров для дома в малых ТЦ ставка снизилась до 0–10 000 руб./м²/год (по итогам I полугодия 2026 г. - 8 000–12 000 руб./м²/год). Для бытовой техники и электроники ставки в крупных ТЦ составили

0–12 000 руб./м²/год, в малых ТЦ – 0–18 000 руб./м²/год (в I полугодии 2026 года - 6 000–15 000 руб./м²/год). В детских товарах ставки в крупных и малых ТЦ составили 0–8 000 руб./м²/год и 0–12 000 руб./м²/год соответственно (в I полугодии 2026 года - 6 000–12 000 руб./м²/год). В спортивных товарах ставки не изменились, но доля от товарооборота снизилась с 5–6% до 4–6%.

По итогам квартала наиболее заметно снизились ставки в общепите: фудкорт в крупных ТЦ – с 120 000–150 000 до 60 000–150 000 руб./м²/год, в малых – с 50 000–100 000 до 35 000–100 000 руб./м²/год, доля от товарооборота – с 10–15% до 5–15%. Кафе в крупных ТЦ – с 50 000–90 000 до 25 000–60 000 руб./м²/год, рестораны – с 20 000–50 000 до 0–45 000 руб./м²/год.

Условия аренды в торговых центрах Москвы

Профиль арендатора		Диапазон базовых арендных ставок, руб./м²/год*		% от товарооборота
		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	0–10 000	6–8
Бытовая техника и электроника (1 200–1 800 м²)		0–12 000	0–18 000	2,5–5
Спортивные товары (1 200–1 800 м²)		6 000–12 000	6 000–12 000	4–6
Детские товары (1 200–2 000 м²)		0–8 000	0–12 000	4–7
Операторы торговой галереи**:				
Якоря	более 1 000 м²	10 000–20 000	6 000–12 000	4–12
Мини-якоря	700–1 000 м²	15 000–30 000	10 000–18 000	6–10
Мини-якоря	500–700 м²	20 000–50 000	12 000–20 000	6–10
	300–500 м²	20 000–60 000	14 000–25 000	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	8–12
Общественное питание:				
Food-court		60 000–150 000	35 000–100 000	5–15
Кафе		25 000–60 000	20 000–80 000	12–14
Рестораны		0–45 000	0–25 000	8–12

* 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. Аналитика и исследования, 2026

Посещаемость

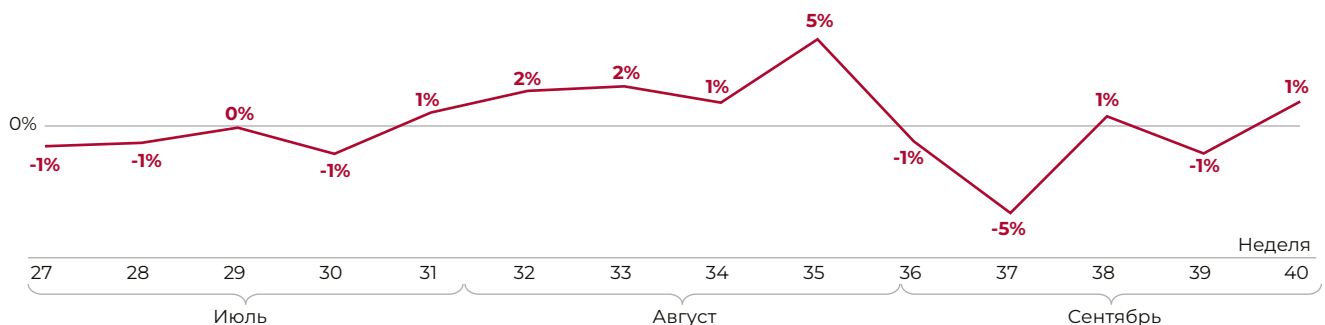
В III квартале 2026 года посещаемость торговых центров Москвы сохраняла умеренно позитивную динамику, однако внутри квартала показатель менялся неравномерно. В июле трафик оставался практически стабильным: недельные изменения находились в диапазоне от -1% до +1%. В августе на фоне сезонного спроса в период подготовки к 1 сентября посещаемость начала расти: в начале месяца прирост к предыдущей неделе составлял 1%, а в последнюю неделю достиг 5% – максимального значения за квартал. В первой половине сентября недельное

снижение посещаемости достигало 5%. К концу месяца вновь был зафиксирован рост – на 1% к предыдущей неделе.

В 2026 году снижение посещаемости относительно уровня 2025 года зафиксировано во всех форматах торговых центров Москвы. Окружной формат сохранил тенденцию прошлого года и ни разу не вышел в положительную зону: значения держались в диапазоне от -4% до -8% в течение всех девяти месяцев. Региональные ТЦ также практически постоянно находились в отрицательной зоне, за исключением

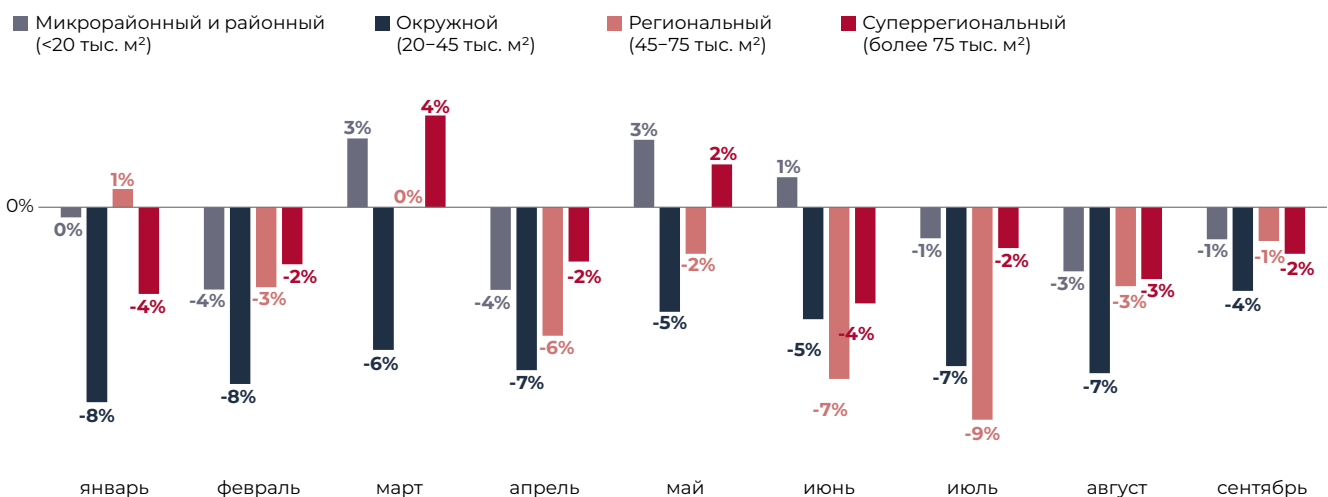
января (+1%), максимальное снижение было зафиксировано в июле и составило 9%. Суперрегиональные объекты выходили в плюс лишь в марте (+4%) и мае (+2%), в остальные месяцы демонстрируя умеренно отрицательную динамику (от -2% до -4%). Малоформатные ТЦ, хотя и показывали отдельные всплески в марте и мае (+3%), по итогам периода также остались в отрицательной зоне. Таким образом, в 2026 году ни один из форматов не продемонстрировал устойчивого роста, при этом в окружном сегменте стабильно продолжает фиксироваться снижение.

Динамика посещаемости торговых центров Москвы по неделям в течение III кв. 2026 г. в сравнении с предыдущей неделей, %



Источник: Mall Index от Focus Technologies, 2026

Уровень посещаемости торговых центров Москвы разных форматов в 2026 г., в сравнении с аналогичным периодом 2025 г., %



Источник: Mall Index от Focus Technologies, 2026

Прогноз

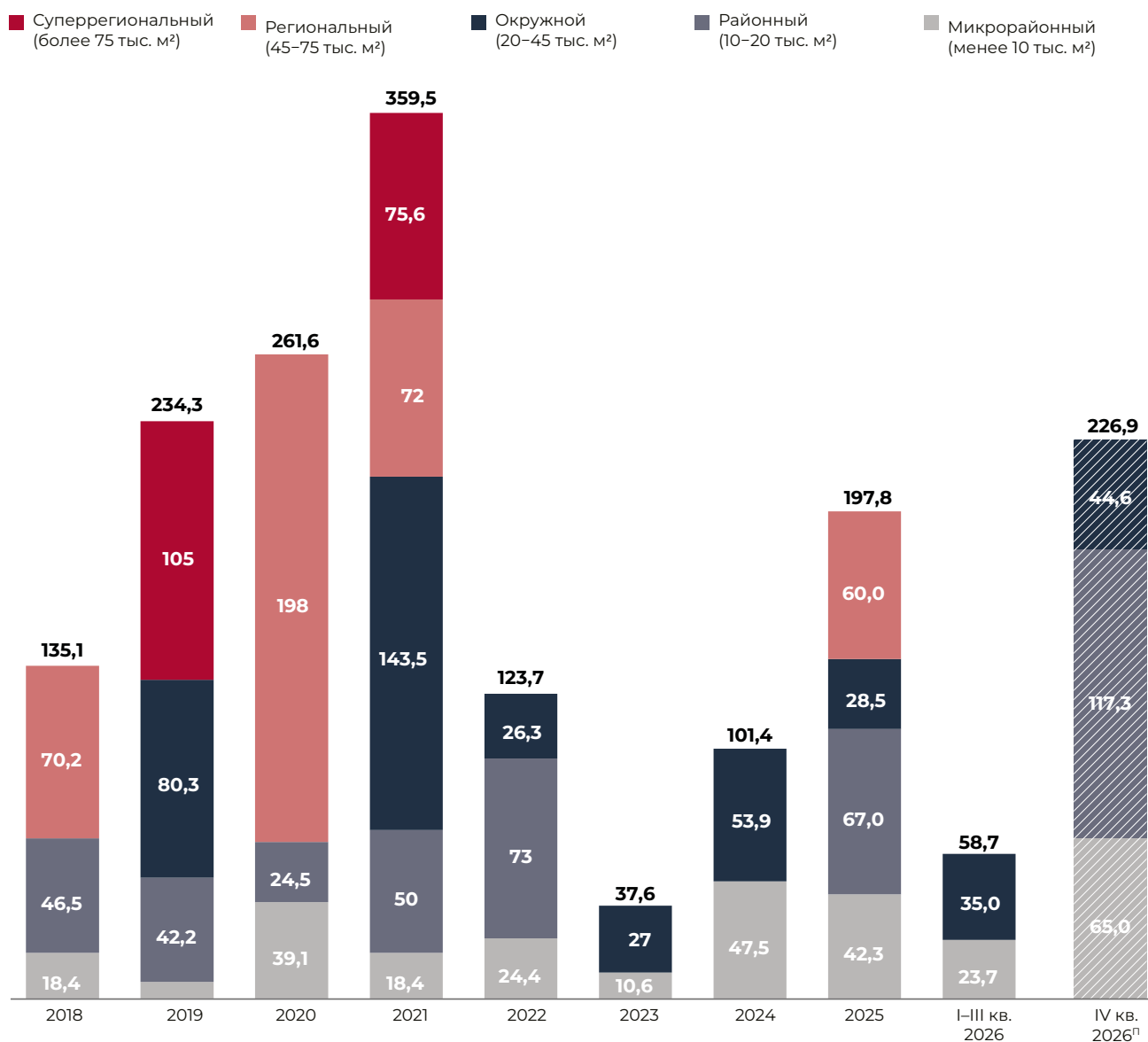
До конца 2026 года в Москве заявлен ввод еще 226,9 тыс. м² арендопригодных площадей в составе 19 проектов. Основной объем будущего ввода сформирован районными торговыми центрами – 117,3 тыс. м², или 51,7% совокупной площади. Еще 65 тыс. м² (28,6%) приходится на микрорайонные проекты, тогда как окружные торговые центры формируют 44,6 тыс. м² (19,7%).

Таким образом, 80% заявленной арендопригодной площади приходится на районные и микрорайонные форматы, что соответствует сохраняющейся ориентации рынка на развитие торговой инфраструктуры в жилой застройке и обслуживание локального спроса.

При этом мы не ожидаем, что весь заявленный пул будет реализован

в этом году. Практика последних лет показывает, что часть проектов переносит сроки ввода на более поздние периоды. Наиболее существенный вклад в будущую структуру рынка могут обеспечить крупные проекты, такие как МФК «ЛЭЙКС» (GLA - 24,1 тыс. м²) и «Летний сад» (GLA - 20,5 тыс. м²).

Структура открытий торговых центров в Москве, тыс. м²



Источник: NF GROUP. Аналитика и исследования, 2026

Торговые центры, планируемые к открытию в 2026 г.

Название	Округ	Район	Общая площадь, м²	Арендо-пригодная площадь, м²	Формат	Девелопер
МФК «ЛЭЙКС»	ЗАО	Очаково-Матвеевское	54 430	24 136	окружной	ПИК
«Летний сад»	САО	Дмитровский	30 000	20 485	окружной	«Атлантдомстрой»
«Нагорная»	ЮАО	Нагорный	25 200	17 200	районный	«Ташир»
«Гагаринский», II оч.	ЮАО	Донской	36 000	16 800	районный	-
«Венеция»	ЦАО	Пресненский	30 000	16 000	районный	«Киевская площадь»
West Mall	ЗАО	Очаково-Матвеевское	18 500	15 830	районный	Гарант-Инвест
«Кленовый бульвар»	ЮАО	Нагатинский Затон	68 000	13 859	районный	3S Group
«Каширский двор», новый корпус	ЮАО	Нагатинско-Садовники	21 000	13 650*	районный	-
«Чкалов»	ЦАО	Басманный	18 000	14 000	районный	IKON Development
«Галерея острова»	СЗАО	Хорошево-Мневники	16 000	10 000	районный	АО ОСП
METRO HALL	ЮВАО	Рязанский	14 500	9 425*	микрорайонный	SIS Development
ТЦ на ТПУ «Нижегородская»	ЮВАО	Нижегородский	16 200	8 900	микрорайонный	MR Group
«Место встречи Керчь»	ЮАО	Бирюлево Восточное	13 763	8 522	микрорайонный	-
Прокшино	НАО	поселение Сосенское	9 000	8 000	микрорайонный	A101
«Место встречи Мечта»	ЮАО	Москворечье-Сабурово	8 522	7 516	микрорайонный	-
МФК «Снова»	НАО	Щербинка	12 700	7 200	микрорайонный	«Самолет»
«Место встречи Ладога»	СВАО	Северное Медведково	6 865	6 000	микрорайонный	-
ТРЦ	ЮВАО	Текстильщики	7 900	5 900*	микрорайонный	-
«ШОК»	СВАО	Южное Медведково	4 500	3 500	микрорайонный	«ГалтСтрой»
Итого			411 080	226 923		

*Площади указаны оценочно

Источник: NF GROUP. Аналитика и исследования, 2026

Тренды:

1. Российские бренды продолжают экспансию на зарубежные рынки – география охватывает СНГ, Азию и отдельные дальние направления (США, ОАЭ).
2. Выход новых международных брендов замедлился – активность иностранных игроков на российском рынке снизилась до минимума, а по итогам полного года показатель может стать самым низким с 2008 года.
3. Временные форматы становятся инструментом осторожного тестирования – ретейлеры проверяют новые категории и локации через поп-апы и корнеры до полноценного запуска.
4. Сохраняется рост вакантности – доля свободных площадей продолжает увеличиваться на фоне оптимизации сетей и ухода части ретейлеров с рынка.
5. Снижение девелоперской активности в строительстве малоформатных ТЦ: жилые застройщики сокращают темпы ввода новых торговых объектов.

ДЕПАРТАМЕНТ КОНСАЛТИНГА И АНАЛИТИКИ

Компания NF GROUP, обладая локальной экспертизой и глобальным опытом работы на международном рынке недвижимости и инвестиционных продаж, успешно реализует 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.

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ. КОНСАЛТИНГ И АНАЛИТИКА

Евгения Хакбердиева

Региональный директор

EK@nfgroup.ru

ОЦЕНКА НЕДВИЖИМОСТИ

Ольга Решетнякова

Региональный 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.