

Вакантность в торговых центрах

Москва
Август 2026

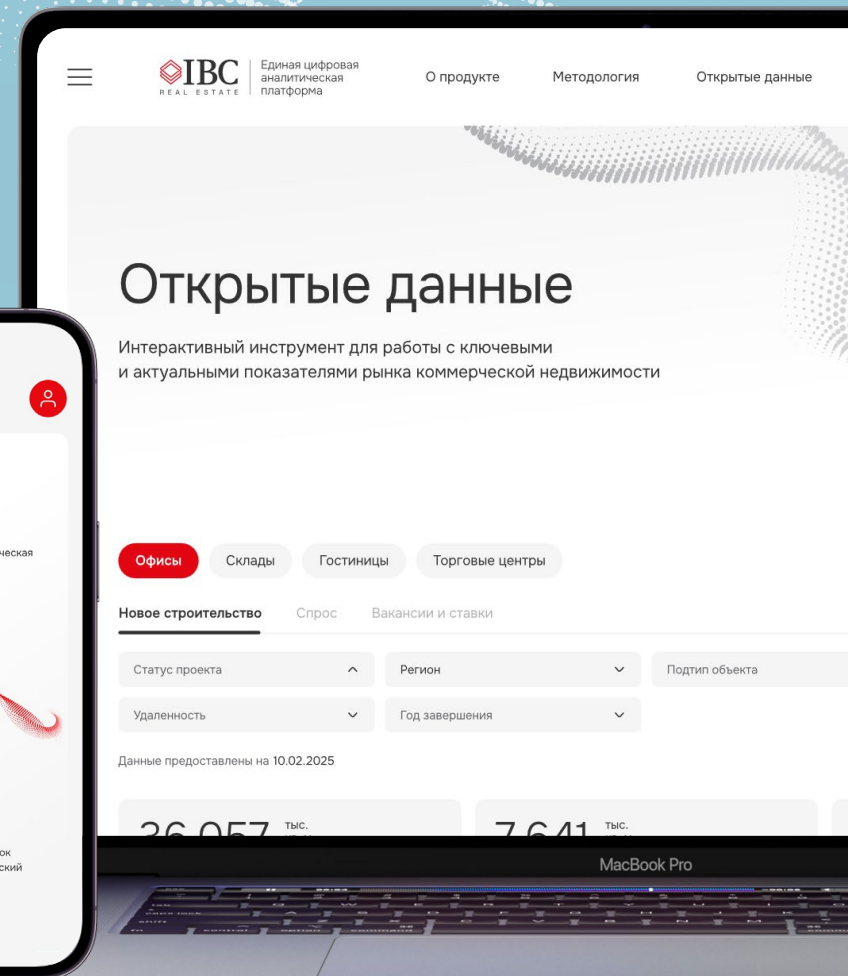
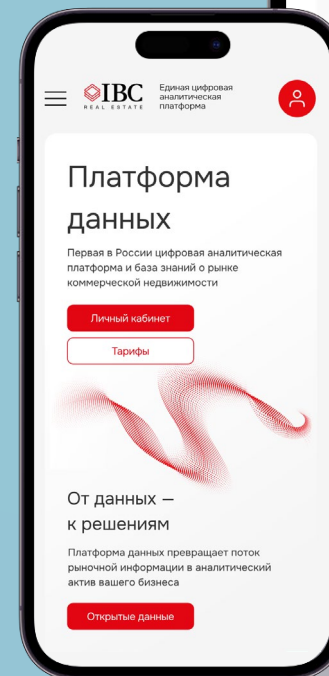


Платформа данных

- Все сегменты коммерческой недвижимости
- Более 60 фильтров и индикаторов
- Ежедневное обновление

Для ваших управленческих решений

Перейти



Ключевые выводы исследования

Дисбаланс спроса и предложения

Даже в условиях ограниченных объемов нового строительства **объем ввода по итогам первого полугодия в 4 раза превосходит объем поглощения** в торговых центрах Москвы.

Для сравнения, в период с 2017 по 2021 уровень спроса и предложения был сбалансирован: среднегодовой темп нового строительства находился на уровне 210 тыс. кв. м, поглощения – 209 тыс. кв. м.

-15 **-131% г/г**
тыс. кв. м

Поглощение (спрос)
I пол. 2026

Рост доли вакантных площадей второй год подряд

Второй год подряд вакантность увеличивается в условиях общего снижения потребительской активности, сокращения объемов занятых площадей и низких темпов открытия магазинов, а также усиления онлайн-ритейла.

Сильнее всего вакантность выросла в Прайм ТЦ (+4 п.п. г/г), которые на протяжении двух лет удерживали индикатор на уровне, близком к минимальному (3%). При этом объем свободных площадей увеличился всего на 12 тыс. кв. м – наименьшее значение среди всех типов объектов в номинальном выражении.

11 **+1 п.п. г/г**
%

Доля вакантных площадей
I пол. 2026

Развлечений в ТЦ становится все больше

В топ-5 категорий арендаторов в торговых центрах Москвы входят: одежда (25%), развлечения (16%), продуктовые магазины (11%), общепит (9%), товары для дома (6%).

Категория развлечений увеличилась во всех типах объектов. Наиболее высокая доля этих арендаторов фиксируется в Новых ТЦ – 17% (+9 п.п. г/г). Собственники продолжают наращивать разнообразие развлекательных концепций, которые привлекают посетителей в ТЦ.

16 **+4 п.п. г/г**
%

Доля развлечений в структуре
I пол. 2026

Компания IBC Real Estate провела **ежегодный масштабный мониторинг торговых центров Москвы**

Исследование проводилось в июне 2026 года. В ежегодный мониторинг IBC Real Estate вошло **более 80 качественных торговых центров Москвы, общая арендуемая площадь которых составила 3,7 млн кв. м** из существующих 6,9 млн кв. м. Структура выборки соответствует генеральной совокупности по географическому местоположению и форматам ТЦ.

Типы торговых центров

Прайм

Уникальные для рынка торговые объекты, маркируемые по ставкам выше среднерыночных (например, Афимолл Сити, Охотный ряд)

Ключевые

Крупные объекты (GLA 60+ тыс. кв. м) с децентрализованным расположением и разнообразным составом арендаторов (например, Авиапарк, Columbus)

Новые

Объекты, открытые с начала 2024 года (например, Краски, Avenue Sever)

Стабилизированные

Остальные качественные ТЦ Москвы (например, Павелецкая Плаза, РИО Ленинский)

При проведении полевого исследования для оценки вакансии использовалась следующая терминология.

| Вакантные площади – пустующие площади, в которых нет арендатора на момент обхода, как правило, закрыты баннерами.

| Приостановившие работу магазины – площади международных брендов, которые приостановили деятельность, но сохраняют за собой торговые площади (есть логотип / вывеска о приостановке деятельности).



Рынок торговых центров Москвы



Несмотря на низкие темпы ввода, **предложение продолжает увеличиваться** – в основном за счет объектов, которые долгое время находились на высокой стадии строительной готовности, но не открывались ввиду трудностей с заполнением арендаторами. **Спрос находится в отрицательной зоне:** закрываются как отдельные магазины, так и целые сети (например, DesEo, Etam, Face Code, Incity). Крупнейшие игроки совершают лишь точечные открытия и становятся более требовательными в вопросе подбора локаций и помещений. **Второй год подряд доля вакантных площадей увеличивается: сегодня в ТЦ Москвы пустует 742 тыс. кв. м или 11%.**

В этих условиях **структура арендаторов ТЦ меняется незначительно. Реальный рост фиксируется в двух категориях,** отвечающих за досуговую составляющую объектов, которая на сегодняшний день все еще сохраняет востребованность среди посетителей – **развлечения и спортивные пространства.**

Топ-5 категорий арендаторов в ТЦ Москвы, %

- | | | |
|---|---------------------------------------|-------------------|
| 1 | Одежда
(женская, мужская, детская) | 25% +2 п.п. г/г |
| 2 | Развлечения | 16% +4 п.п. г/г |
| 3 | Продуктовые магазины | 11% -1 п.п. г/г |
| 4 | Общественное питание | 9% +2 п.п. г/г |
| 5 | Товары для дома | 6% +1 п.п. г/г |

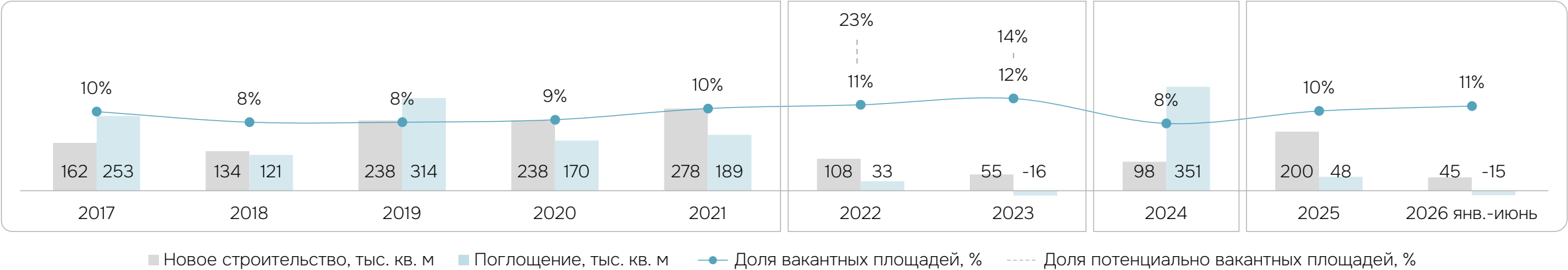
Новое строительство, поглощение, доля вакантных и потенциально свободных площадей, тыс. кв. м | %

Спрос и предложение сбалансированы.
Среднегодовой темп нового строительства находится на уровне 210 тыс. кв. м, поглощения – 209 тыс. кв. м

Низкий спрос в условиях массового исхода международных ритейлеров

Пик спроса, активное развитие российских и выход новых игроков

Спрос снижен. Ритейлеры закрывают магазины. Рост предложения ввиду ввода объектов, открытие которых неоднократно откладывалось



На этом и следующих слайдах структура арендаторов представлена без учета доли вакантных площадей.
Поглощение – разница между объемом занятых арендаторами площадей на начало и на конец периода, которая отражает спрос на торговые площади.

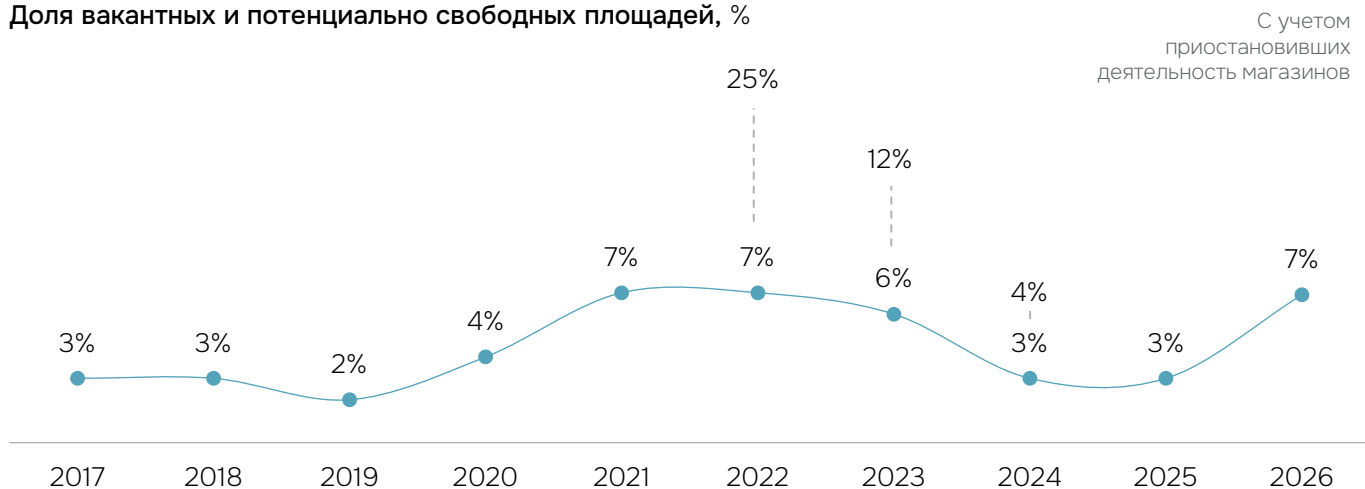
ПРАЙМ торговые центры

Стремительный рост доли вакантных площадей

В среднем вакантность в Прайм ТЦ всегда находилась на уровне 3%. Исключение составил период с 2021 по 2023 года, на который пришелся массовый исход международных брендов. После стабилизации в 2024–2025 годах **вакантность в Прайм ТЦ в 2026 году вновь увеличилась до 7% (+4 п.п. г/г)**. Однако несмотря на то, что Прайм ТЦ продемонстрировали наиболее высокий рост доли вакантных площадей, в номинальном выражении объем свободных площадей увеличился всего на 12 тыс. кв. м, что является наименьшим показателем среди всех типов ТЦ.

К 2026 году трансформация рынка сказывается даже на уникальных объектах, поскольку **пул операторов, готовых занимать площади в ТЦ с высокими ставками аренды, сильно ограничен**. Возвращение к уровню кризисных лет – следствие исхода международных игроков, традиционно занимавших площади в наиболее востребованных ТЦ столицы.

Доля вакантных и потенциально свободных площадей, %



Топ-5 категорий арендаторов, %

- | | | |
|---|---------------------------------------|-------------------|
| 1 | Одежда
(женская, мужская, детская) | 33% +1 п.п. г/г |
| 2 | Развлечения | 15% +3 п.п. г/г |
| 3 | Общественное питание | 11% +1 п.п. г/г |
| 4 | Товары для дома | 5% +3 п.п. г/г |
| 5 | Косметика и парфюмерия | 5% -2 п.п. г/г |

Примеры вакантных блоков

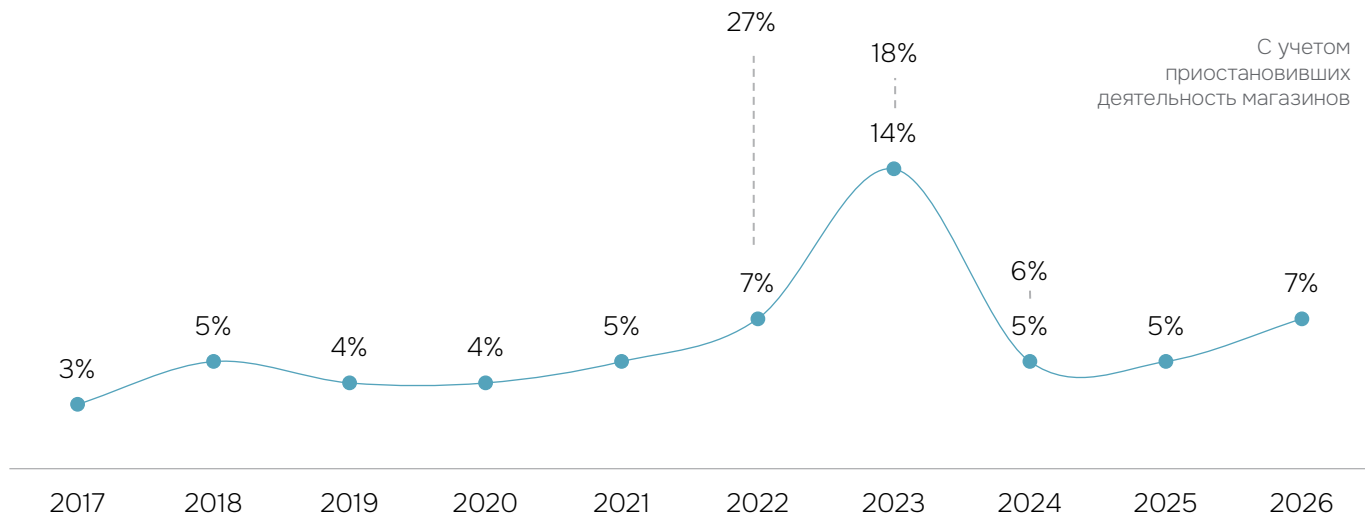


КЛЮЧЕВЫЕ торговые центры

Вакантность увеличивается, но темп ее роста удается сдерживать

После стабилизации вакантности в Ключевых ТЦ на уровне 5% в 2024–2025 годах **индикатор вновь увеличился до 7% по итогам июня 2026 года**. Темп роста доли вакантных площадей остается высоким (+2 п.п. г/г), однако собственникам объектов этого типа **удается сдерживать больший рост показателя ввиду разнообразия доступных категорий арендаторов**. Так, Ключевые ТЦ наращивают присутствие востребованных сегодня развлекательных и спортивных концепций, что позволяет компенсировать эффект от массового сокращения объемов занятых площадей ритейлерами, которые активно развивались на рынке со второй половины 2022 года. В современных условиях это выгодно отличает объекты данного типа от Прайм ТЦ, где состав арендаторов традиционно состоял из люксовых и премиальных брендов, развитие которых сегодня ограничено.

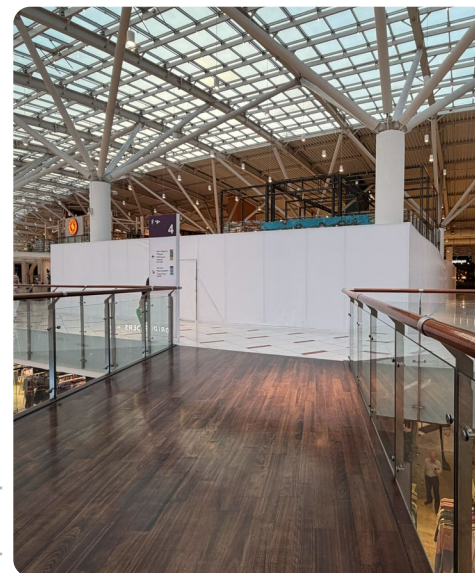
Доля вакантных и потенциально свободных площадей, %



Топ-5 категорий арендаторов, %

1	Одежда (женская, мужская, детская)	31% +5 п.п. г/г
2	Развлечения	15% +2 п.п. г/г
3	Общественное питание	9% +2 п.п. г/г
4	Продуктовые магазины	8% -3 п.п. г/г
5	Товары для дома	6% +2 п.п. г/г

Примеры вакантных блоков



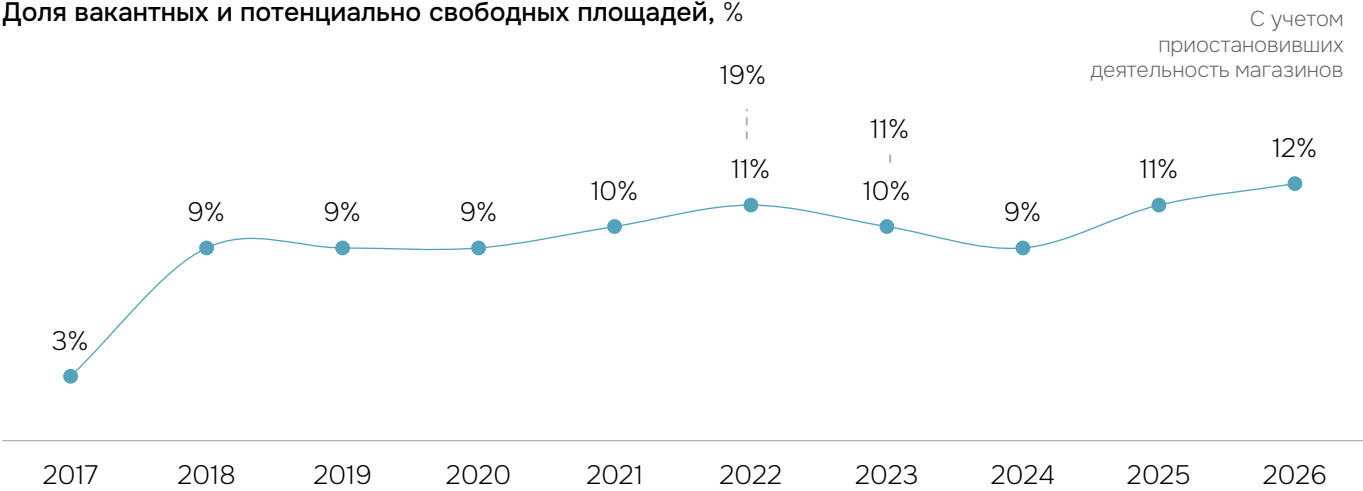
СТАБИЛИЗИРОВАННЫЕ торговые центры

Доля вакантных площадей достигла максимума

Вакантность в Стабилизированных ТЦ увеличивается второй год подряд (+1 п.п. г/г), достигнув в 2026 году максимального значения. Кроме того, именно в Стабилизированных объектах зафиксирован наибольший рост объема свободных площадей – на 41 тыс. кв. м г/г.

Рост индикатора фиксируется преимущественно в объектах, которые присутствуют на рынке уже 9 и более лет (65% от общего количества ТЦ, где вакантность увеличилась). Такие ТЦ нуждаются в обновлении и пересмотре стратегий с точки зрения подбора арендаторов. Представленность операторов досуга (развлечения, спортивные пространства и общественное питание) в этих объектах ниже (25%), чем в других Стабилизированных ТЦ (42%), что препятствует их развитию. Это особенно актуально для высококонкурентного столичного рынка, где потребителю доступно широкое предложение различных способов проведения досуга, а потребность в ТЦ продолжает снижаться.

Доля вакантных и потенциально свободных площадей, %



Стабилизированные ТЦ – крупные объекты (GLA 60+ тыс. кв. м) с децентрализованным расположением и разнообразным составом арендаторов (например, Павелецкая Плаза, РИО Ленинский). Значение по 2025 году было скорректировано на +1 п.п.



Топ-5 категорий арендаторов, %

1	Одежда (женская, мужская, детская)	20% -2 п.п. г/г
2	Развлечения	16% +3 п.п. г/г
3	Продуктовые магазины	14% -1 п.п. г/г
4	Общественное питание	9% +3 п.п. г/г
5	Спортивные пространства	6% +3 п.п. г/г



Примеры вакантных блоков

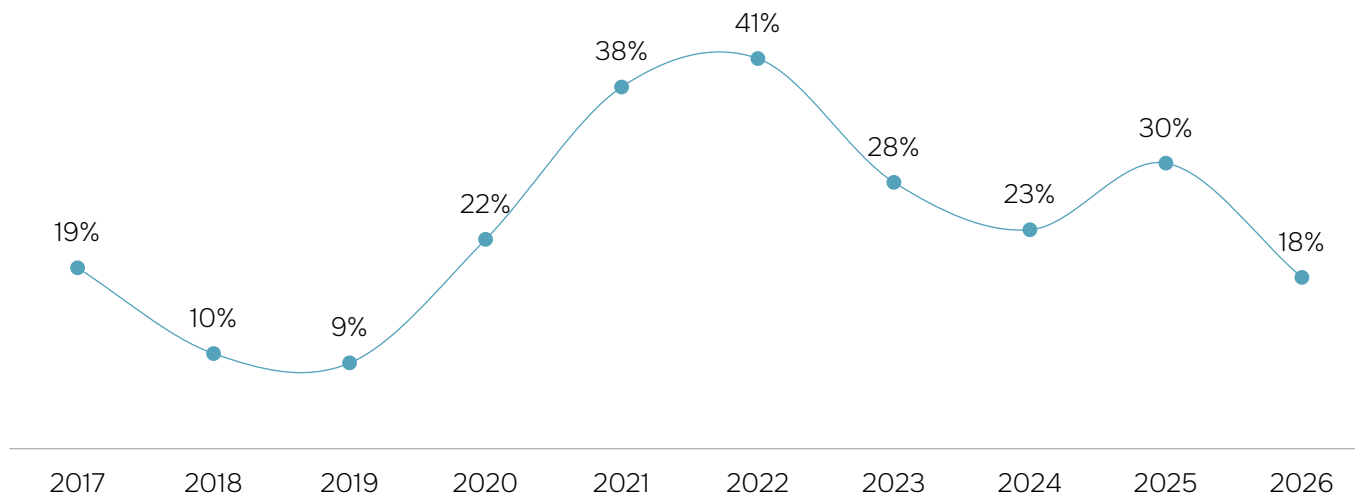
НОВЫЕ торговые центры

Единственный тип ТЦ, где вакантность снизилась

Доля вакантных площадей в Новых ТЦ остается наиболее высокой, однако **только в этом типе объектов наблюдается снижение индикатора** (-12 п.п. г/г) – до уровня 2017 года. Вакантность на уровне более 30% фиксируется только в четырех объектах.

Почти в 90% объектов уровень вакантности снизился по сравнению с предыдущим годом **за счет наращивания доли арендаторов в таких категориях как развлечения, спортивные пространства, сервисы**. Почти половина объектов, которые продемонстрировали снижение вакантности за год, приходится на ТЦ Место встречи, где год назад пустовали верхние этажи, которые сегодня заняты различными городскими сервисами (например, Молодежь Москвы, Московский спорт и др.).

Доля вакантных и потенциально свободных площадей, %



Новые ТЦ – объекты, открытые с начала 2024 года (например, Краски, Avenue Sever).

Топ-5 категорий арендаторов, %

1	Развлечения	17% +9 п.п. г/г
2	Общественное питание	14% +1 п.п. г/г
3	Продуктовые магазины	14% +1 п.п. г/г
4	Спортивные пространства	13% -8 п.п. г/г
5	Одежда (женская, мужская, детская)	11% -5 п.п. г/г

Примеры вакантных блоков

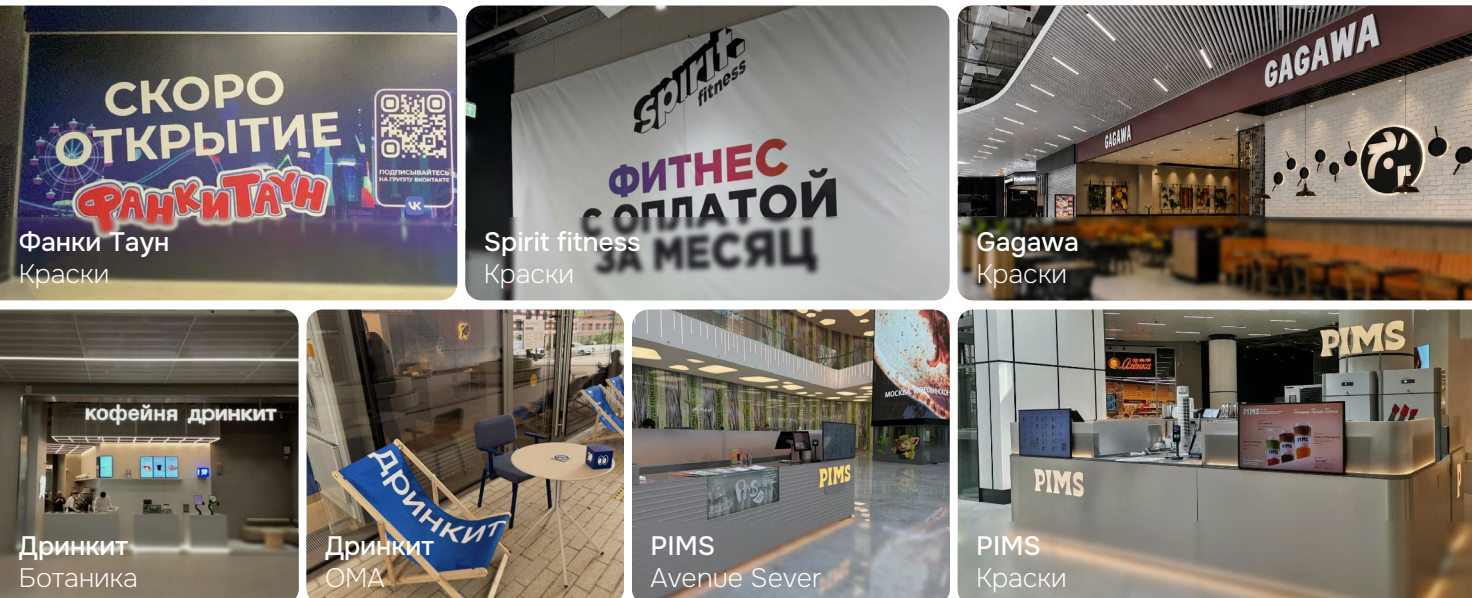


Чем заполняются Новые ТЦ?

Проведение досуга

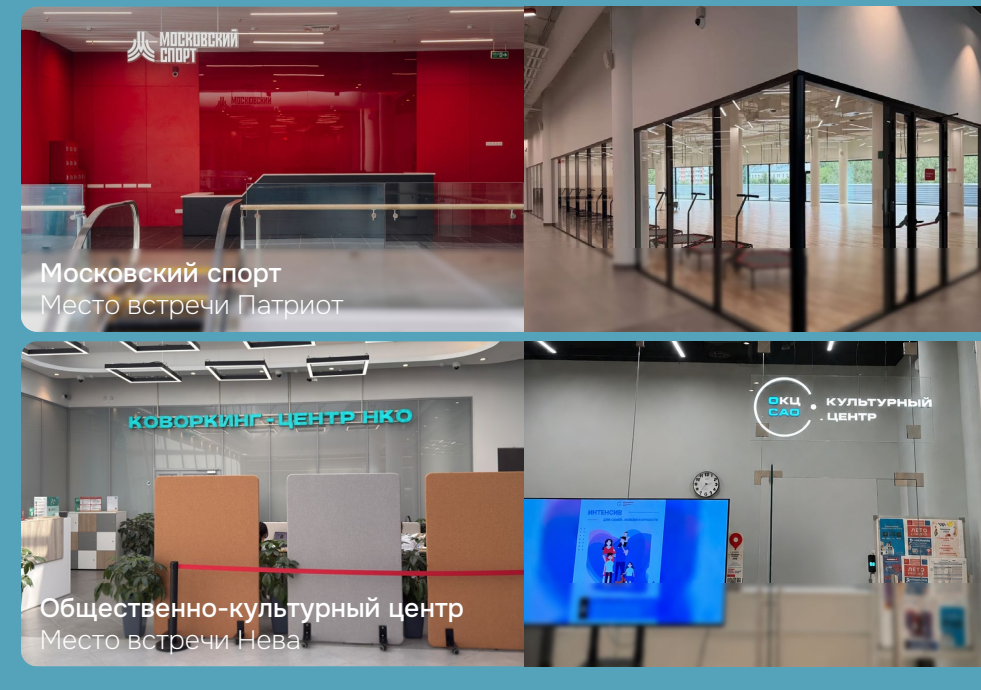
В Новых ТЦ почти половина занятых площадей (44%) приходится на операторов досуга (развлечения, общественное питание и спортивные пространства), в то время как в других ТЦ совокупная доля арендаторов этих категорий составляет 31%. Новые торговые объекты заполняются арендаторами, способными удовлетворить потребность в активном проведении свободного времени и тем самым увеличить поток посетителей.

При этом, если развлечения и спортивные пространства в ТЦ занимают все больше площадей (как в целом по рынку, так и в Новых ТЦ), то операторы общественного питания реже открывают новые точки и не занимают большие пространства. **Сегодня в Новых ТЦ активно появляются сетевые кофейни и кафе с напитками** (например, Дринкит, PIMS), которые, хоть открывают и небольшие по площади помещения, становятся точками притяжения посетителей.



Городские сервисы

ТЦ продолжают расширять свою роль в жизни населения, заполняясь МФЦ, городскими сервисами, культурными и спортивными центрами, а также другими социально ориентированными форматами, тем самым повышая востребованность объектов на ежедневной основе. **Это позволило значительно снизить вакантность в ряде объектов.**





Микаэл Казарян

Член совета директоров,
руководитель департамента
рынков капитала и инвестиций

Mikael.Kazaryan@ibcrealestate.ru



Екатерина Ногай

Руководитель департамента
исследований и аналитики

Ekaterina.Nogay@ibcrealestate.ru



Сергей Владимиров

Руководитель филиала
в Санкт-Петербурге

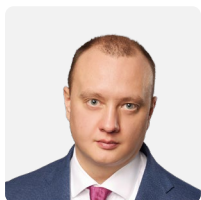
Sergey.Vladimirov@ibcrealestate.ru



Валерия Шураева

Заместитель руководителя
департамента исследований
и аналитики

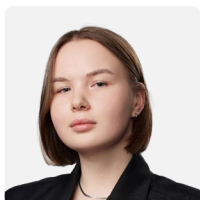
Valerya.Shuraeva@ibcrealestate.ru



Владимир Чернусь

Руководитель направления
торговой недвижимости

Vladimir.Chernus@ibcrealestate.ru



Ксения Каменская

Старший аналитик департамента
исследований и аналитики

Ksenia.Kamenskaya@ibcrealestate.ru

Россия

Москва, БЦ Lighthouse
ул. Валовая, д. 26
moscow.russia@ibcrealestate.ru

Санкт-Петербург, БЦ Пассаж
ул. Итальянская, д. 17
st.petersburg.russia@ibcrealestate.ru

Казахстан

Алматы, SmArt.Point
ул. Байзакова, д. 280
almaty.kazakhstan@ibcrealestate.kz

