



ВАКАНТНОСТЬ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ МОСКВЫ

Июль 2024 года



Ключевые выводы исследования

Снижение реальной и потенциальной вакансии

По итогу II кв. 2024 года доля вакантных площадей составляет 8%, что сопоставимо с результатами докризисного 2019 года. Уровень потенциальной вакансии минимален – менее 1%. В ТЦ Москвы остаются единичные международные бренды, у которых не закончились договоры аренды, преимущественно люксовый сегмент.



461 ТЫС.
КВ. М

Поглощение
со II кв. 2023 по II кв. 2024

Развитие ритейлеров

Российские ритейлеры продолжают открывать новые магазины и увеличивать среднюю площадь пространств, однако в более умеренном темпе, чем в 2023 году. Дело в том, что большинство брендов практически достигли максимума по количеству открытых магазинов, заложенных в их стратегиях развития на ближайшее будущее. Тем не менее, сейчас компании все чаще проводят ребрендинги, открывают современные пространства, для создания которых привлекают архитекторов и дизайнеров, выходят в новые ценовые сегменты, что способствует расширению аудитории.

Доля вакантных площадей

12% → 8%
II кв. 2023 II кв. 2024

Доля потенциально свободных площадей

2,4% → 0,2%
II кв. 2023 II кв. 2024



Рынок торговой недвижимости в 2024 году

Ключевые показатели

	GLA существующих качественных ТЦ в Москве	Новое строительство	Доля вакантных площадей
2019	5,7 млн кв. м	238 тыс. кв. м	8%
2020	6,0 млн кв. м	238 тыс. кв. м	9%
2021	6,2 млн кв. м	280 тыс. кв. м	10%
2022	6,3 млн кв. м	108 тыс. кв. м	11%
2023	6,4 млн кв. м	55 тыс. кв. м	12%
II кв. 2024	6,5 млн кв. м	75 тыс. кв. м	8%
2024 П	6,5 млн кв. м	130 тыс. кв. м	7%
2025 П	6,7 млн кв. м	150 тыс. кв. м	6%

Структура существующего предложения по размеру ТЦ, I полугодие, %



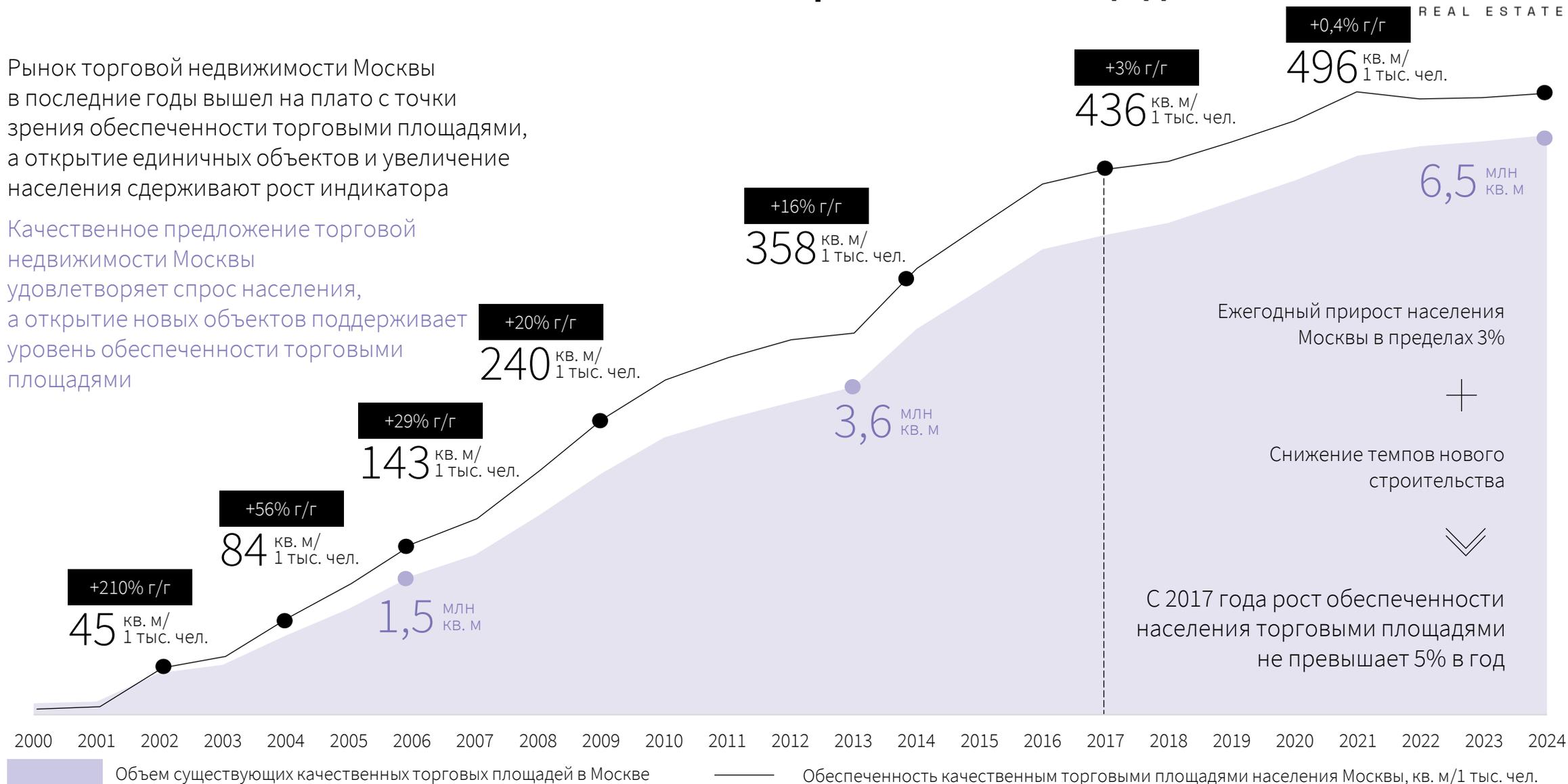
Структура существующего предложения по типу ТЦ, I полугодие, %



Обеспеченность населения Москвы торговыми площадями

Рынок торговой недвижимости Москвы в последние годы вышел на плато с точки зрения обеспеченности торговыми площадями, а открытие единичных объектов и увеличение населения сдерживают рост индикатора

Качественное предложение торговой недвижимости Москвы удовлетворяет спрос населения, а открытие новых объектов поддерживает уровень обеспеченности торговыми площадями



2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024

Объем существующих качественных торговых площадей в Москве

Обеспеченность качественным торговыми площадями населения Москвы, кв. м/1 тыс. чел.

Методология исследования

Исследование проводилось в июне 2024 года. **В ежегодный мониторинг IBC Real Estate вошло более 80 качественных торговых центров Москвы, общая арендуемая площадь которых составила 4 млн кв. м из существующих 6,5 млн кв. м.** Структура выборки соответствует генеральной совокупности по географическому местоположению и форматам ТЦ.

Типы торговых центров:

Прайм ТЦ – уникальные для рынка торговые объекты, маркетируемые на рынке по ставкам выше среднерыночных (например, ТРЦ Европейский и ТЦ Охотный ряд).

Ключевые ТЦ – крупные объекты (GLA более 50 тыс. кв. м), имеющие децентрализованное расположение и широкий пул арендаторов (например, ТРЦ Columbus и 3 ТРЦ МЕГА).

Новые ТЦ – новые объекты, открытые в 2022-2024 гг. (например, Место встречи Звездный и ТЦ Кузьминки Молл).

Стабилизированные ТЦ – остальные качественные ТЦ Москвы (например, 3 ТРЦ РИО и ТРЦ Хорошо!).

При проведении полевого исследования для оценки вакансии использовалась следующая терминология:

- 1) **вакантные площади** – пустующие площади, в которых нет арендатора на момент обхода, как правило, закрыты баннерами.
- 2) **приостановившие работу магазины** – площади международных брендов, которые приостановили деятельность, но сохраняют за собой торговые площади (есть логотип / вывеска о приостановке деятельности).



Рынок адаптировался под изменения

Прогнозы по длительному замещению иностранных брендов и росту вакансии не сбылись

В середине 2022 года на рынке торговой недвижимости Москвы доля потенциальной вакансии составляла 11,7% или более 700 тыс. кв. метров. В связи с уходом международных брендов ожидался значительный рост вакансии после окончательного решения ритейлеров высвободить площади, однако этого не произошло.

Новые международные бренды (с начала 2023 года в РФ появилось 38 новых международных брендов) и российские ритейлеры активно занимали постепенно освобождающиеся пространства. Также стабилизации доли свободных площадей поспособствовали низкие темпы строительства. Так, в 2023 году общий объем торговых площадей увеличился всего на 55 тыс. кв. м, что является минимальным объемом ввода с 2002 года.

Несмотря на то, что сейчас в топовых ТЦ существует нехватка торговых площадей, в ближайшие 3-5 лет в Москве не ожидается значительный рост нового строительства. Это связано прежде всего с развитием онлайн-торговли и возросшей стоимостью строительства. Собственникам ТЦ сложнее привлечь посетителей, которые чаще предпочитают онлайн-магазины, а стабилизация доли вакантных площадей на уровне менее 20% занимает, как правило, до 2-3 лет.

Вакансия

8%^{-4 п.п. г/г}

Индикатор находится на сопоставимом уровне с 2019 г.

Новое строительство, Москва

75 тыс. кв. м
I п. 2024 года

Низкие темпы строительства торговых объектов

Потенциальная вакансия

0,2%^{-2,2 п.п. г/г}

Успешное замещение временно приостановленных брендов

Поглощение

461 тыс. кв. м
Поглощение со II кв. 2023 по II кв. 2024

Активная экспансия ритейлеров



Структура вакансии по типам ТЦ

Ключевые выводы

1 Совокупно с учетом временно приостановивших деятельность магазинов вакансии в **Прайм ТЦ** снизилась за год на 8 п.п и составила 4%. Новые международные бренды активно занимают высвободившиеся пространства в этих ТЦ.

2 Помимо активного спроса со стороны ритейлеров на площади в **Ключевых ТЦ**, на значительное снижение вакансии (с учетом временно приостановленных площадей) с 18% до 6% повлияло изъятие из общего объема торговых площадей пространств, которые занимала ИКЕА (более 100 тыс. кв. м).

3 В **Новых ТЦ**, открытых в период с 2022 по II кв. 2024 года, также зафиксировано снижение вакансии до 23%. Прежде всего, это связано с низкими темпами строительства и продолжающейся среди брендов тенденцией увеличивать присутствие на рынке.

4 **Стабилизированные ТЦ** достигли докризисных показателей вакансии (9%). Более того, около 50% объектов заполнены более чем на 95%. Тем не менее, большая часть свободных площадей (150 тыс. кв. м) приходится именно на Стабилизированные ТЦ.

Рынок в целом
8% Вакансия
0,2% Потенциальная вакансия

Прайм ТЦ	Новые ТЦ
3% Вакансия	23% Вакансия
1% Потенциальная вакансия	0% Потенциальная вакансия

Ключевые ТЦ	Стабилизированные ТЦ
5% Вакансия	9% Вакансия
1% Потенциальная вакансия	0% Потенциальная вакансия

Вакансия в ПРАЙМ торговых центрах

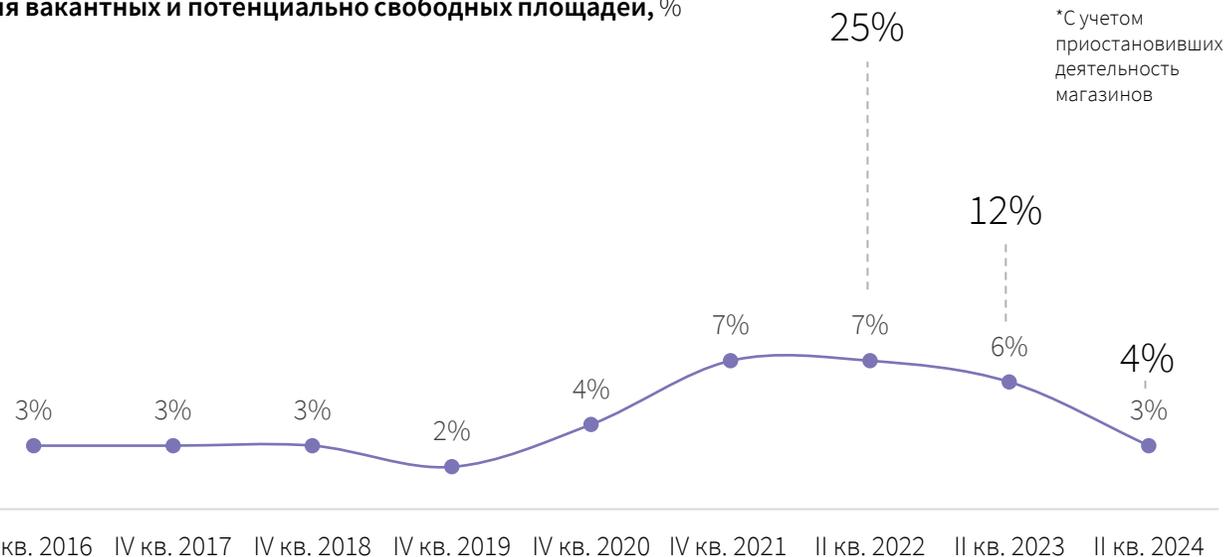
*Прайм ТЦ – уникальные для рынка торговые объекты, маркетируемые на рынке по ставкам выше среднерыночных.

Прайм ТЦ – одни из самых известных среди населения и туристов торговых объектов, в которых уровень вакантных площадей в докризисные годы был минимальным (2-3%). После нескольких лет повышения доли свободных площадей (доля вакантных площадей в 2022 году составляла 7%) в связи с рядом внешних факторов по итогам мониторинга II кв. 2024 года индикатор снизился за год на 3 п.п. и составил всего 3%. Важно отметить также стремительное снижение доли временно приостановленных площадей – с 6% до 1%.

Новые международные бренды

Сроки договоров аренды постепенно заканчиваются у люксовых и премиум ритейлеров, а высвободившиеся торговые пространства активно занимают развивающиеся российские и международные ритейлеры. Повышенный интерес к Прайм ТЦ со стороны новых международных брендов связан со стремлением к более быстрому освоению рынка и желанием занять самые востребованные локации.

Доля вакантных и потенциально свободных площадей, %



Вакансия в КЛЮЧЕВЫХ торговых центрах

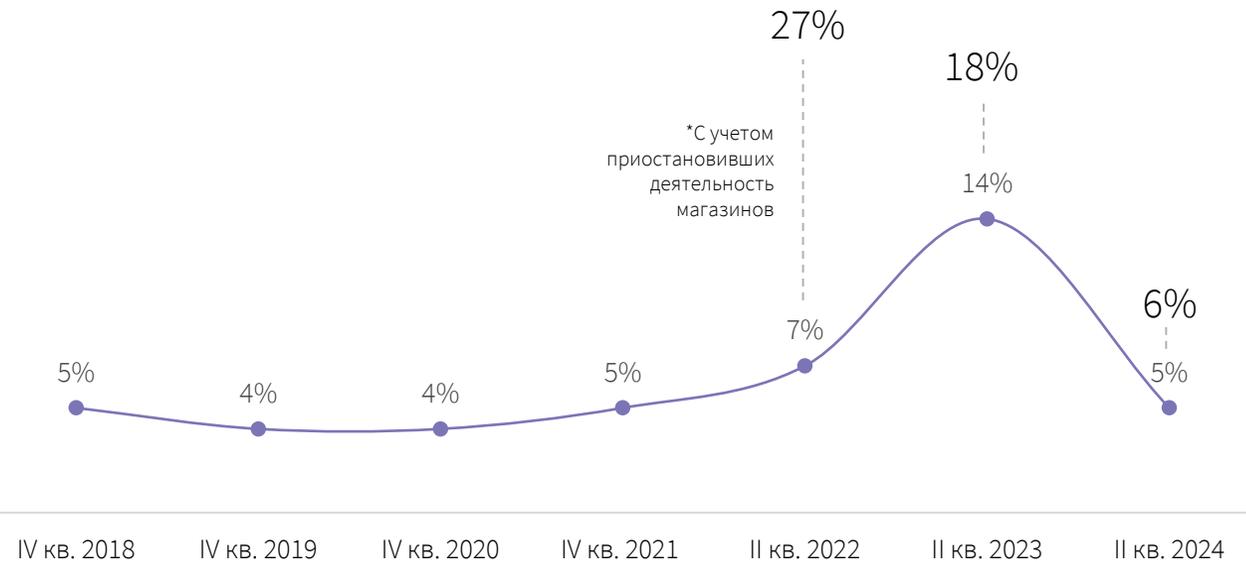
*Ключевые ТЦ – крупные объекты (GLA более 50 тыс. кв. м), имеющие децентрализованное расположение и широкий пул арендаторов.

Спустя год в ключевых ТЦ Москвы произошло снижение реальной и потенциальной вакансии на 9 и 3 п.п. соответственно. Ритейлеры продолжают активно наращивать количество магазинов и увеличивать площади. Российские бренды открывают флагманские магазины площадью более 1 тыс. кв. м в обновленном дизайне и дополнительными удобствами для клиентов, например, примерочными в обувных магазинах или мини-кафе.

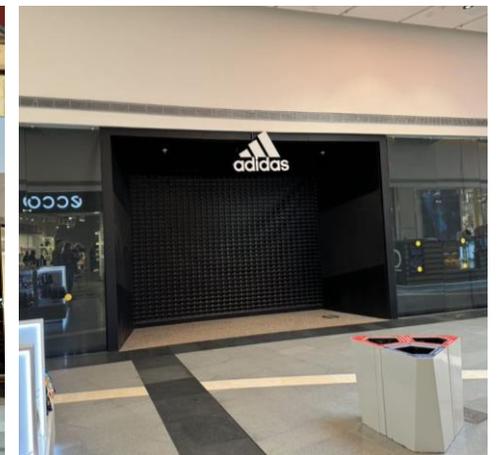
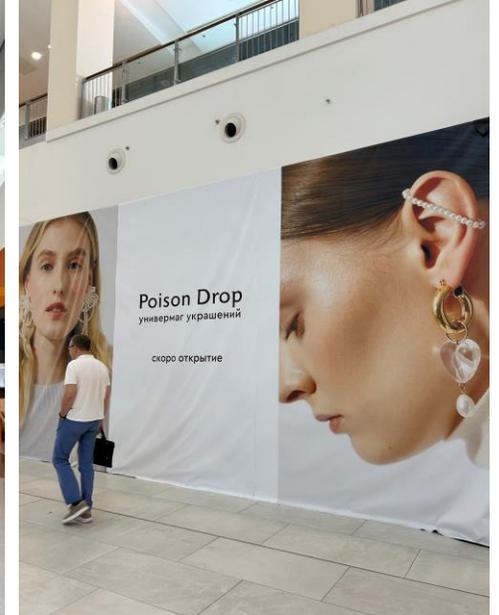
Сделка Мегамаркета по аренде бывших площадей ИКЕИ

Весной 2024 года была закрыта сделка Мегамаркета по аренде более 400 тыс. кв. м (более 100 тыс. кв. м из них приходится на 3 московских ТЦ МЕГА), где ранее работала ИКЕА. Данные площади были изъяты из общего объема торговых площадей Москвы и значительно повлияли на снижение вакансии.

Доля вакантных и потенциально свободных площадей, %



ex-ИКЕА



Вакансия в **НОВЫХ** торговых центрах

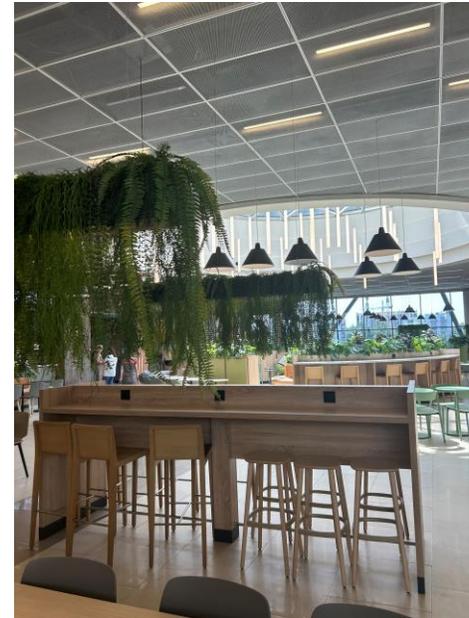
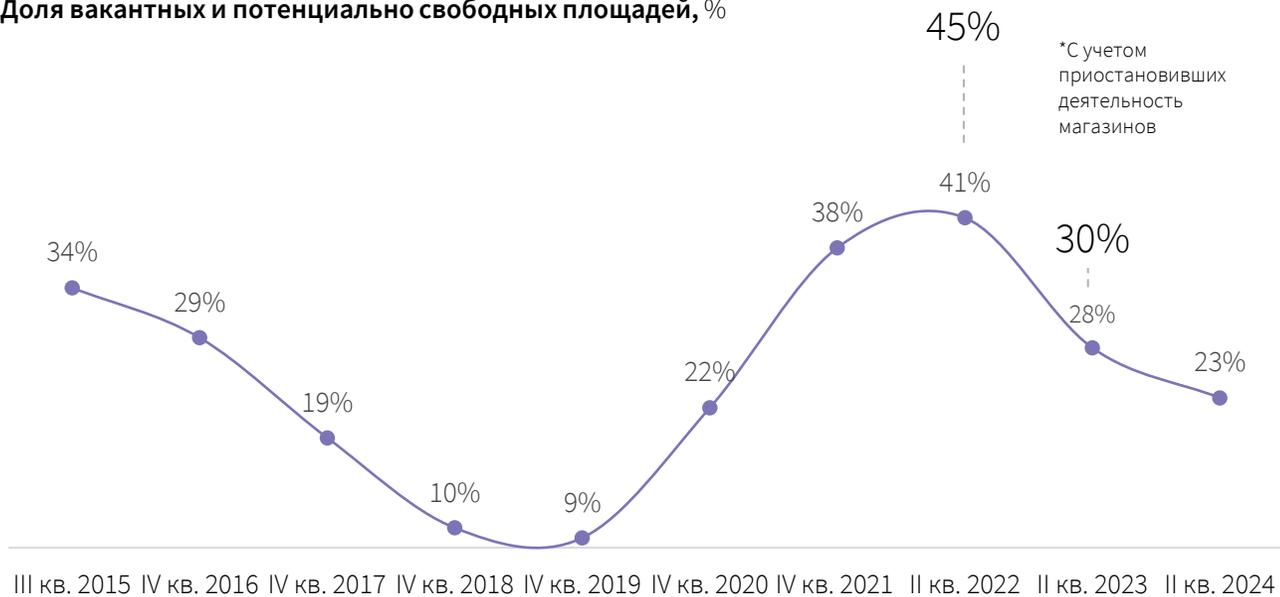
*Новые ТЦ – новые объекты, открытые в 2022-2024 гг.

С 2022 года по II кв. 2024 года в Москве было введено всего 19 объектов общей арендопригодной площадью 234 тыс. кв. м. Пониженные темпы ввода, а также стремительная экспансия российских ритейлеров привели к снижению доли вакантных площадей в новых ТЦ (с 41% во II кв. 2022 г. до 23% во II кв. 2024 г.). Более того, значительная часть площадей в этих объектах находится на этапе ремонтных работ, и уже арендована различными арендаторами, которые в ближайшее время откроют двери для посетителей. Это означает, что до конца года в этих объектах произойдет снижение доли вакантных площадей.

Зеленые общественные пространства

Все чаще собственники уделяют внимание оформлению общих зон внутри ТЦ и на прилегающей территории. Одним из трендов последних лет является озеленение внутреннего пространства, которое становится местом для общения и отдыха, привлекая посетителей.

Доля вакантных и потенциально свободных площадей, %



Вакансия в СТАБИЛИЗИРОВАННЫХ торговых центрах

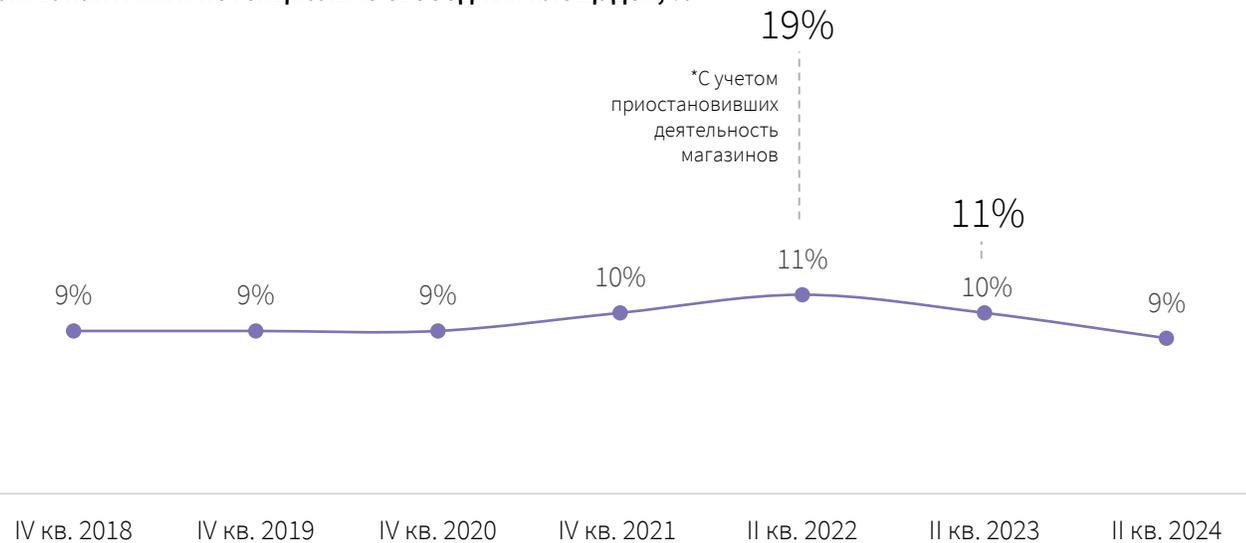
*Стабилизированные/устойчивые ТЦ – остальные качественные ТЦ Москвы.

Уровень вакантных площадей (с учетом временно приостановленных) достиг докризисного показателя 9%. Площади международных ритейл-гигантов, которые располагались в данных объектах, практически полностью заняли новые арендаторы. По состоянию на конец II кв. 2024 года в Стабилизированных ТЦ свободно более 150 тыс. кв. метров – наибольший объем свободных площадей среди всех типов ТЦ. Именно в этих объектах с большей вероятностью есть возможность найти подходящие по площади пространства для развивающихся ритейлеров. Однако большинство объектов с высокой вакансией работает неэффективно с точки зрения привлечения посетителей и своевременного обновления облика.

Неравномерное распределение вакантных площадей

Вакантные площади неравномерно распределены между Стабилизированными объектами и представлены в диапазоне от 0% до 70% вакансии по объекту. Отличительными чертами объектов с вакансией более 9% являются расположение вдалеке от станции метро и/или устаревший внешний вид (требуются реконцепция и ремонт).

Доля вакантных и потенциально свободных площадей, %



На рынке практически не осталось потенциальной вакансии

Кто до сих пор занимает площади?

Спустя 2 года в ТЦ Москвы остались единичные приостановившие деятельность международные бренды, которые продолжают занимать торговые площади (преимущественно люксовый сегмент). В целом рынок торговой недвижимости Москвы и России успешно адаптировался под новые реалии.

Несмотря на то, что в ТЦ все еще можно встретить магазины с вывесками о временно приостановленной работе, в случае окончания сроков договоров аренды высвободившиеся площади не приведут к значительному росту вакансии (примерно 20 тыс. кв. м в Москве). Помимо этого ввиду острой нехватки площадей в самых проходимых галереях и наиболее популярных ТЦ новые арендаторы стремительно занимают пространства.

Таким образом, за 2 года российские и новые международные ритейлеры успешно заместили бренды, которые приняли решение о прекращении ведения бизнеса на территории РФ. **Общий объем временно приостановленных площадей в московских ТЦ, которые уже заняты новыми арендаторами, составляет более 740 тыс. кв. метров.**

Примеры временно приостановленных брендов



Доля потенциально свободных площадей, %

II кв. 2022

II кв. 2023

II кв. 2024

11,7%

2,4%

0,2%

Структура арендаторов в ТЦ Москвы

№	Прайм ТЦ	
1	Одежда (мужская + женская + детская)	32%
2	Ресторан/кафе	9%
3	Сервисы и услуги	7%
4	Кинотеатры	6%
5	Одежда и товары для детей	5%

№	Ключевые ТЦ	
1	Одежда (мужская + женская + детская)	33%
2	Супер/гипермаркеты	12%
3	Кинотеатры	7%
4	Спорт	7%
5	Развлечения	7%

№	Стабилизированные ТЦ	
1	Одежда (мужская + женская + детская)	24%
2	Супер/гипермаркеты	20%
3	Кинотеатры	7%
4	Спорт	6%
5	Развлечения	6%

№	Новые ТЦ	
1	Одежда (мужская + женская + детская)	25%
2	Супер/гипермаркеты	13%
3	Спорт	12%
4	Ресторан/кафе	6%
5	Обувь	5%

Топ-5 арендаторов в целом по рынку

- 28% |  Одежда
- 14% |  Супер/гипермаркеты
- 8% |  Товары для дома
- 6% |  Спорт
- 6% |  Кинотеатры

Структура арендаторов спустя год не изменилась. Во всех объектах мы наблюдаем сохранение лидерства таких категорий, как fashion-ритейлеры, супер/гипермаркеты, кинотеатры и рестораны.

Что касается новых объектов, то в этих ТЦ расположено большое количество продуктовых магазинов (13%) и спортивных залов (12%). Новые ТЦ, как правило, имеют децентрализованное месторасположение и удовлетворяют спрос населения на ежедневной основе.

Развитие ритейлеров

Увеличение площадей магазинов и открытие флагманов

Увеличение средней площади магазина продолжается

В течение последних двух лет российские ритейлеры стремительно масштабируются не только в рамках общего тренда на открытие новых магазинов, но и за счет расширения площадей уже существующих пространств или открытий нескольких магазинов в одном ТЦ. Благодаря активной экспансии ритейлеров были стремительно замещены площади международных брендов, которые покинули РФ. Однако сейчас все **ключевые локации уже арендованы, а ротация арендаторов в объектах замедлилась.**



Новый этап в развитии бренда – открытие флагманского пространства

Начиная с середины 2023 года, российские бренды активно работают над позиционированием и взаимодействием с аудиторией. На фоне роста интереса покупателей к локальным ритейлерам их главной целью становится создание неповторимого образа. Помимо рекламных компаний и работы с инфлюенсерами, компании открывают уникальные и современные пространства большей площади и, как правило, внедряют новые технологии. Особое внимание уделяется комфорту во время пребывания в магазине и получению эстетического удовольствия. Данная стратегия требует инвестиций и долгой проработки идентички бренда, а также вызывает трудности при поиске оптимальной локации.



Новый флагманский магазин Befree в новом дизайне в ТРЦ Афимолл

Планы ритейлеров

А что дальше?

СТОКМАНН

В 2024 году бренд планирует **открыть 10 универмагов**. Также в планах сосредоточиться на работе над качеством и повышением уровня продаж, **развитии собственной торговой марки и доли e-com.**

lamoda sport

Бренд планирует **открыть новые магазины** в 38 городах. Число новых торговых точек – **порядка 250 магазинов.**

sela.

В 2024 году бренд планирует открыть **большие семейные универмаги площадью 1000-2000 кв. м.** в различных городах.

GJ

В 2024 году бренд планирует **открыть около 100 магазинов** своего нового бренда Ready! Steady! Go!. Планируется **реконструкция 200 действующих** магазинов с расширением их площади.

ТВОЕ

Компания планирует **расширение географии присутствия**. Число новых торговых точек - **порядка 70 магазинов.**

mascotte

В 2025 году бренд планирует **увеличивать количество магазинов сети** в новом концепте и **проводить ребрендинг** существующих салонов с релокацией на большие площади

MELON FASHION GROUP

Планируется **открытие новых магазинов Idol** в сегменте «премиум» в Москве, Санкт-Петербурге, Ярославле, Екатеринбурге.

O'STIN

В 2024 году бренд планирует **провести обновление розничных магазинов и позиционирования**. **Планов по открытию новых магазинов нет**, но идет процесс по обновлению и релокации существующих торговых пространств.

АЭтуаль

В 2024 году планирует **открыть новые магазины** (около 30) в Иркутске, Екатеринбурге, Красноярске, Волгограде, Ижевске, Владивостоке и **аптечные пункты** в Омске, Самаре, Казани, Хабаровске.



МИКАЭЛ КАЗАРЯН

Член совета директоров,
Руководитель департамента
рынков капитала и инвестиций



ЕКАТЕРИНА НОГАЙ

Руководитель департамента
исследований и аналитики



ВАЛЕРИЯ ШУРАЕВА

Аналитик департамента
исследований и аналитики



Спасибо



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