



НОВЫЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ МОСКВЫ

Москва
Июнь 2025

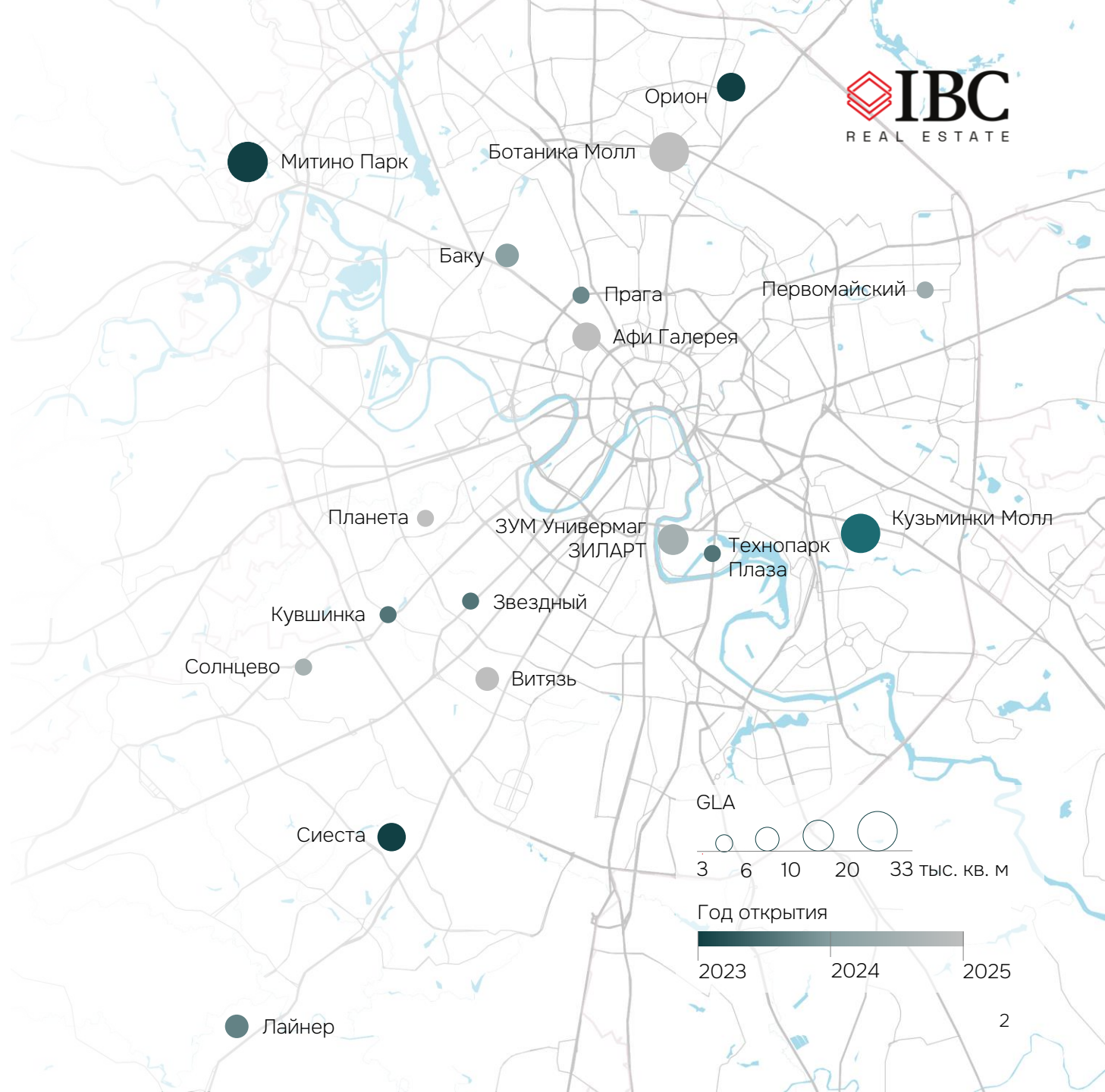


Методология исследования

Исследование проводилось в мае 2025 года. В выборку вошли **17 новых торговых центров Москвы**, расположенных в различных районах столицы и открытых в 2023–2025 гг., **общая арендопригодная площадь (GLA) которых составляет 218 тыс. кв. м.**

В ходе исследования анализировались следующие параметры:

- 1) **Вакантные площади** – свободные помещения, не занятые арендаторами на момент исследования, обычно закрытые баннерами.
- 2) **Якорные арендаторы** – крупные магазины или сети, формирующие основной поток посетителей ТЦ (например, гипермаркеты, крупные fashion-ритейлеры, развлекательные центры).
- 3) **Структура арендаторов** – распределение торговых площадей между арендаторами различных профилей (одежда, рестораны, услуги и т. д.). Далее в отчете в структуре арендаторов не учитываются вакантные площади.
- 4) **Тенденции и паттерны нового ритейла** – ключевые изменения в формате и составе арендаторов торговых центров, примеры адаптации торговых центров к современным запросам потребителей.



Вакантность в новых ТЦ Москвы

Уровень вакансии в новых торговых центрах составляет **30% (+7 п.п. г/г)**. Доля вакантных площадей в новых объектах торговой недвижимости варьируется в зависимости от формата ТЦ, его локации, качества управления и других факторов. Среди новых торговых центров существуют как практически полностью заполненные арендаторами объекты, так и ТЦ с высоким уровнем вакансии – в 6 из 17 ТЦ показатель превышает 50%.

30% **+7 п.п. г/г**

Доля вакантных
площадей в новых ТЦ
Июнь 2025

Динамика заполнения площадей в новых ТЦ
за первый год работы*

-36 п.п.

В торговых центрах,
открытых в 2016-2018

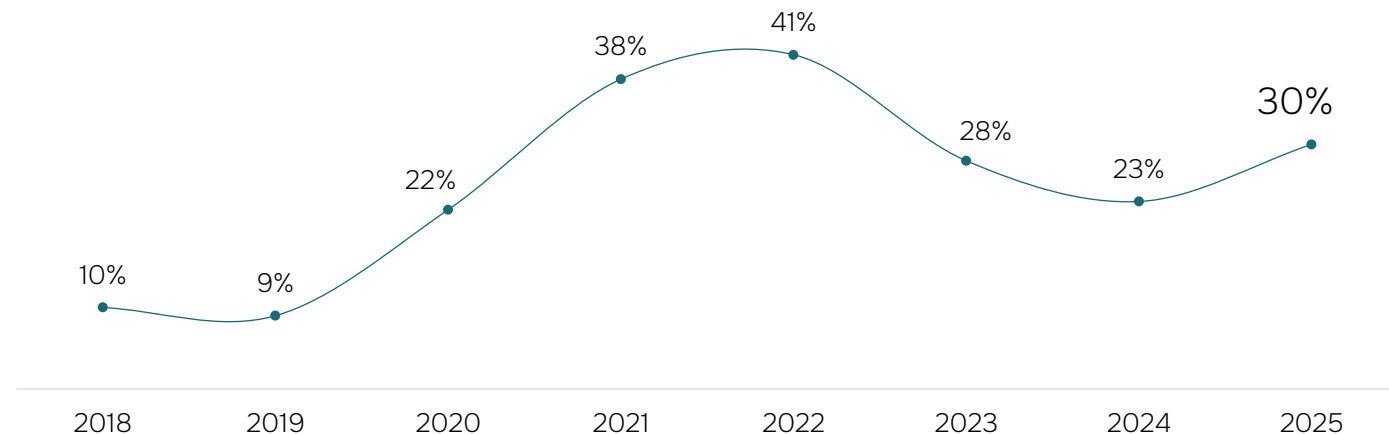
-18 п.п.

В торговых центрах,
открытых в 2023-2025

Стабилизация доли свободных площадей в ТЦ значительно замедлилась по сравнению с тем, что мы наблюдали 10 лет назад. Так, в ТЦ, открытых в 2016-2018 гг., уровень вакансии за первый год работы снижался в среднем на 36 п.п. по сравнению с показателем, зафиксированным на момент открытия торгового центра, и достигал минимальных значений.

Вследствие замедления темпов экспансии многих крупных ритейлеров, развития онлайн-торговли и роста стоимости отделки помещений снижение доли вакантных площадей в новых ТЦ происходит более медленными темпами. В торговых центрах, которые были открыты в течение последних 3 лет, уровень вакансии снижался в среднем на 18 п.п. за год.

Динамика доли вакантных площадей в **новых** ТЦ, %



*Представлены усредненные значения индикатора

Структура арендаторов

Большую часть торговых площадей в новых торговых центрах Москвы занимают арендаторы категорий «спортивные пространства» (21%), «одежда и обувь» (16%), «общественное питание» (15%) и «продуктовые магазины» (13%). В торговых центрах, открытых до 2023 года, основными по площади арендаторами являются преимущественно магазины одежды и обуви (~30% в структуре арендаторов). В новых торговых объектах фокус с fashion-ритейлеров смещается на операторов повседневного спроса, так как большая часть этих ТЦ – объекты районного формата.



Рост категории «спортивные пространства» +9 п.п. г/г

На фоне тренда на здоровый образ жизни растет количество игроков фитнес-индустрии. Расположение в районных ТЦ дает ритейлерам данной категории доступ к целевой аудитории, а собственникам – арендатора со стабильно высоким трафиком.



Доля кафе и ресторанов увеличилась +6 п.п. г/г

На фоне трансформации образа жизни и привычек горожан все большее число людей предпочитают питаться вне дома – кафе и рестораны стали одной из главных точек притяжения аудитории в ТЦ.



Доля fashion-арендаторов снизилась -9 п.п. г/г

На 2023-2024 гг. пришелся пик экспансивного развития российских брендов после ухода международных игроков. В 2025 развитие fashion-игроков замедляется, в том числе ввиду высокой стоимости отделки. В фокусе ритейлеров – развитие онлайн-направлений.

21%

Спортивные пространства

16%

Одежда и обувь

15%

Общественное питание

13%

Продуктовые магазины

8%

Развлечения

5%

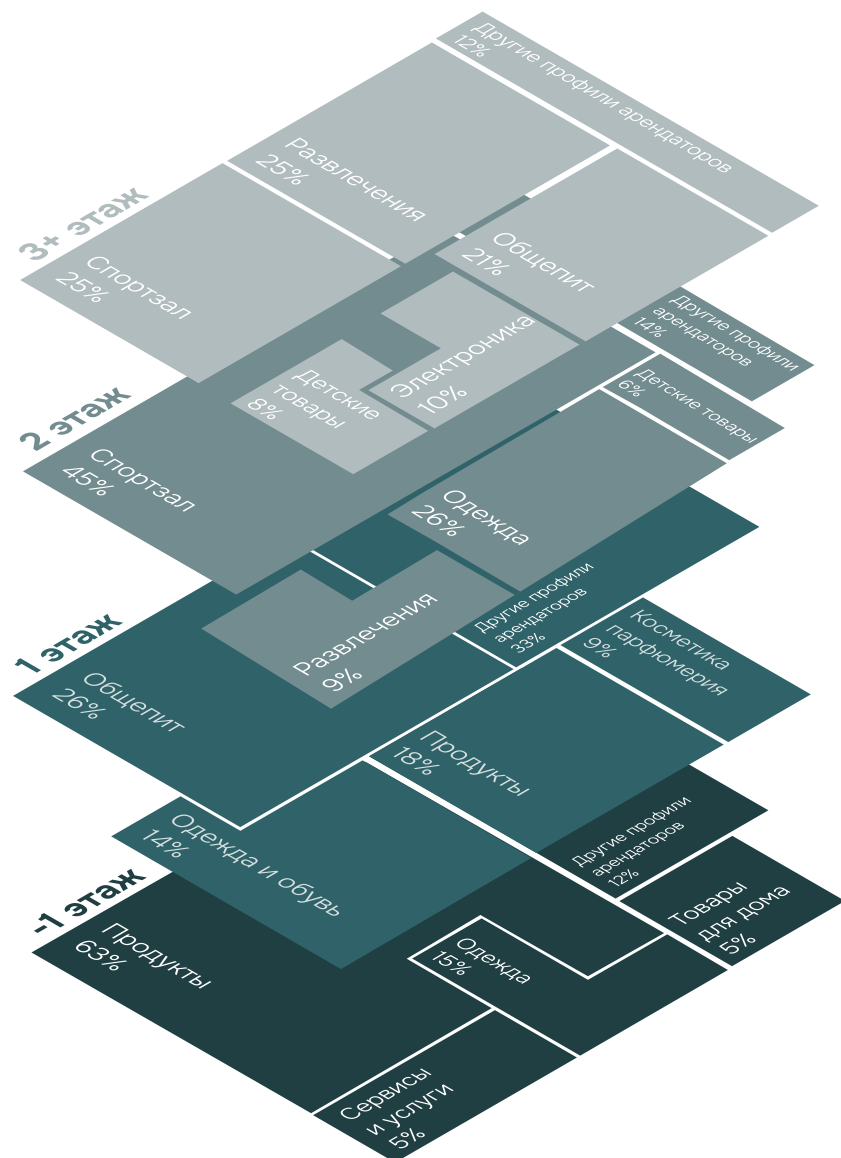
Детские товары

5%

Электроника

4% Спортивные товары	2% Сервисы и услуги	<1% Зоотовары
3% Косметика	2% Товары для дома	<1% Нижнее белье
3% Другое (книжные, канцелярия и т.п.)	1% Ювелирные изделия	<1% Аксессуары и подарки
	1% Аптеки	

Поэтажная структура новых ТЦ



3+

Торговые площади на верхних этажах делят между собой арендаторы сегментов «спортивные пространства» (25%), «развлечения» (25%), «общественное питание» (21%) и «электроника» (10%). Якорные арендаторы данных категорий обеспечивают основной денежный поток и стабильный приток покупателей.

2

Вторые этажи в новых ТЦ все чаще занимают спортивные пространства – 45%. Новые точки арендаторов этой категории зачастую открываются на месте бывших площадей кинозалов в реновированных советских кинотеатрах, так как они имеют похожие технические требования и увеличивают посещаемость объектов. Магазины одежды также располагаются преимущественно на втором этаже (26%). Трафик на этом уровне остается высоким, однако ставки аренды могут быть на 25–35% ниже, чем на первом этаже.

1

Наиболее распространенной категорией арендаторов на первом этаже в новых ТЦ являются заведения общественного питания – 26%. В стабилизированных ТЦ кафе, рестораны и фудкорты чаще всего размещаются на верхних этажах. В новых объектах, которые являются преимущественно районными, заведения общественного питания становятся одной из главных точек притяжения посетителей, поэтому они располагаются в локациях с наиболее активным трафиком.

-1

На подземных этажах новых торговых центров наибольшую долю площадей занимают продуктовые магазины – 63%. Прямой выход к паркингу – ключевое преимущество подземных этажей, особенно для продуктовых ритейлеров: покупателям удобно уезжать с покупками.

Ключевые игроки в новых торговых центрах

Название	Профиль арендатора	Совокупная площадь, тыс. кв. м	Средняя площадь, тыс. кв. м	Количество новых ТЦ, в которых представлен арендатор
	Спортивные пространства	8,1	1,6	5
GATEX		2,0	2,0	1
		1,9	1,9	1
	Одежда и обувь	2,7	1,3	2
GJ		2,7	1,3	2
		2,2	1,1	2
	Общественное питание	2,0	0,5	4
		1,7	1,7	1
		1,2	0,6	2
	Продуктовые магазины	8,1	1,6	5
		3,2	1,1	3
		2,8	2,8	1
	Развлечения	2,8	2,8	1
		2,3	2,3	1
		0,8	1,1	1
	Детские товары	5,2	0,7	7
		0,6	0,6	1
Gulliver		0,4	0,2	2

33%

Доля ключевых игроков
в общем объеме занятых
площадей в новых ТЦ

18 крупнейших
арендаторов
занимают треть
арендованных
площадей в новых ТЦ

Международные арендаторы в новых торговых центрах

Примеры международных ритейлеров в новых торговых объектах

<1%

Доля площадей, занятых
международными брендами



Calzedonia
Кузьминки Молл



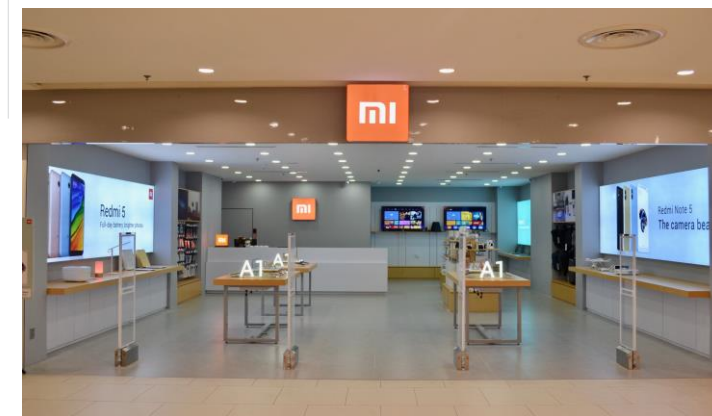
Madame Coco
BOTANICA



Tom Tailor
Кузьминки Молл



Zielinski & Rozen
ЗУМ. Универмаг ЗИЛАРТ



Xiaomi
Лайнер

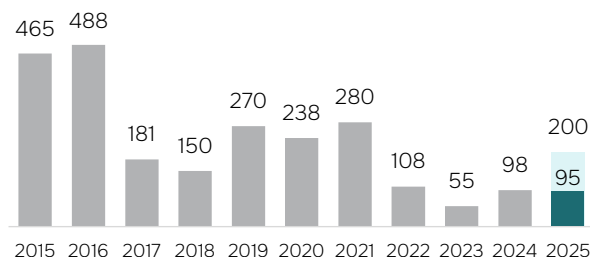
Ситуация на рынке торговой недвижимости Москвы

Объемы ввода остаются сдержанными, однако 2025 станет рекордным за последние 4 года ввиду завершения ранее отложенных проектов

С 2022 года мы наблюдаем снижение объемов нового строительства ввиду изменения конъюнктуры рынка, развития онлайн-торговли, а также роста стоимости реализации новых объектов.

По итогам 2025 года **ожидается увеличение показателя вдвое** по сравнению с результатом 2024 года.

Динамика нового строительства ТЦ,
Москва, тыс. кв. м



Вакансия в стабилизированных объектах достигла минимальных значений

В ТЦ со стабилизированным трафиком наблюдается низкая доля свободных площадей. Показатель зафиксировался на уровне 7% после пиковых значений 2022–2023 гг. (21% и 14% с учетом потенциальной вакансии).

Ритейлеры замедляют развитие

После активного развития брендов в 2022–2024 гг., связанного с уходом с российского рынка зарубежных ритейлеров, темпы экспансии игроков начали замедляться. Бренды сосредоточены преимущественно на развитии онлайн-каналов продаж, особенно в условиях удорожания стоимости отделки помещений и дефицита площадей в локациях с высоким трафиком.

Доля свободных площадей в новых торговых центрах составляет 30%

В условиях активно развивающейся онлайн-торговли и трансформации потребительского поведения рынок торговой недвижимости претерпевает изменения. Если в 2010–2015 гг. договоры аренды заключались еще на этапе строительства и новые объекты вводились в эксплуатацию с минимальным уровнем вакансии, то на текущий момент доля вакантных площадей в новых ТЦ, открытие которых произошло в 2023–2025 гг., составляет 30%.

Темпы стабилизации уровня вакансии в торговых центрах замедляются. 10 лет назад доля свободных площадей сокращалась в среднем на 35 п.п. за первый год работы торгового центра, в то время как вакансии в объектах, открытых за последние 3 года, снижались в среднем только на 18 п.п. в год.

Доля свободных площадей в новых ТЦ варьируется: существуют как успешно функционирующие проекты с минимальным уровнем вакансии, так и объекты, где доля свободных площадей превышает 50%. Более высокие темпы снижения уровня вакансии демонстрируют торговые объекты в пешей доступности от метро, с качественной отделкой МОПов, а также с активными маркетинговыми концепциями.



Микаэл Казарян

Член совета директоров,
руководитель департамента
рынков капитала и инвестиций



Валерия Шураева

Руководитель направления
торговой и гостиничной аналитики



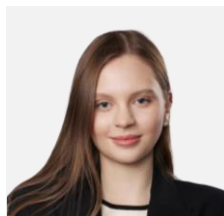
Екатерина Ногай

Руководитель департамента
исследований и аналитики



Ксения Каменская

Аналитик департамента
исследований и аналитики



Мария Шибеева

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