

# ВАКАНСИЯ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ МОСКВЫ:

ВОССТАНОВЛЕНИЕ И  
ТРАНСФОРМАЦИЯ



# СОДЕРЖАНИЕ

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ      ЗАМЕЩЕНИЕ БРЕНДОВ: СЦЕНАРИИ      ИЗМЕНЕНИЕ РЫНКА РИТЕЙЛА В РФ      ТРЕНДЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ      КОНТАКТЫ

3      4      7      8      9      10      15      16      21

СТРУКТУРА ПРЕДЛОЖЕНИЯ

СТРУКТУРА ВАКАНСИИ

ВАКАНСИЯ ПО ПО ТИПАМ ТЦ

ЗАМЕЩЕНИЕ УШЕДШИХ БРЕНДОВ: КЕЙСЫ ПО ФОРМАТАМ ТЦ

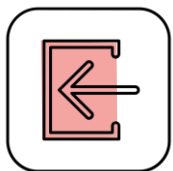


# ВЫВОДЫ

По результатам анализа можно сделать вывод, что рынок торговой недвижимости адаптируется к изменениям, возникшим в результате ухода иностранных брендов из России:



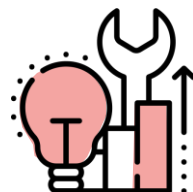
Уход международных операторов дал стимул к более активному развитию локальных игроков и брендов, пришедших на российский рынок из дружественных стран.



Наблюдается незначительное повышение процента вакансии. Этот рост обусловлен решением об уходе международных операторов из России.



Торговые центры гибко реагируют на потребности арендаторов и проводят перепланировки торговых помещений путем их дробления или объединения.



За прошедший год объем площадей магазинов, приостановивших деятельность, значительно снизился: незначительная часть перешла в объем свободных площадей, остальные площади были отданы новым арендаторам.





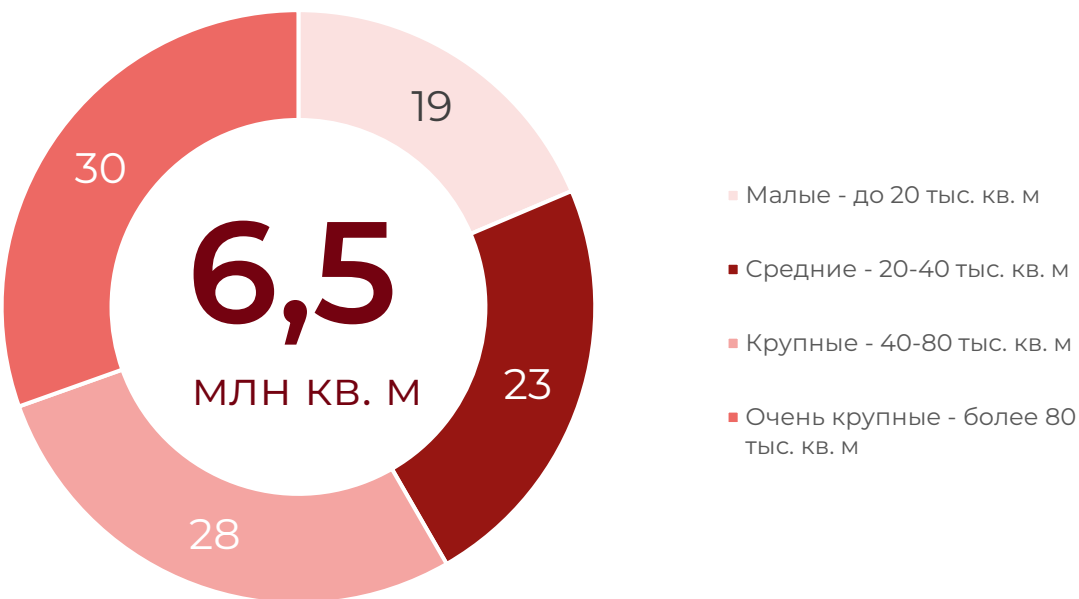
# СТРУКТУРА ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ТИПАМ И ФОРМАТАМ ТЦ

Мы используем 2 подхода к анализу структуры стока форматных торговых центров Москвы: по размеру (см. разбивку ниже) и по роли на рынке (см. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ). Дифференциация ТЦ в зависимости от роли и влияния на рынок позволяет оценить ТЦ не только по размеру, но также с учётом его географического расположения, даты ввода в эксплуатацию, востребованности среди арендаторов и важности для потребителей как точки притяжения. Например, такие ТЦ как Европейский и Мозаика (GLA 63 тыс. кв. м и 68 тыс. кв. м, соответственно) имеют разное позиционирование и роль, используют различные стратегии развития и антикризисные сценарии.

СТРУКТУРА ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО РОЛИ ТЦ, %



СТРУКТУРА ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО РАЗМЕРУ ТЦ, %



# ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

## ТИПЫ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ:

- Прайм ТЦ – знаковые и уникальные объекты для рынка, исторически маркируемые по ставкам выше среднерыночных. Расположены внутри Садового кольца или близлежащих районах.
- Ключевые ТЦ – крупные объекты (GLA более 50 тыс. кв. м), имеющие децентрализованное расположение и обладающие конкурентным пулом арендаторов. Являются точками притяжения для потребителей для расширенной зоны охвата.
- Новые ТЦ – торговые объекты, введенные в эксплуатацию в течение 2-х лет до даты мониторинга.
- Остальной сток / стабилизированные ТЦ – остальные форматные объекты города Москвы.

## ТИПЫ ВАКАНСИИ:

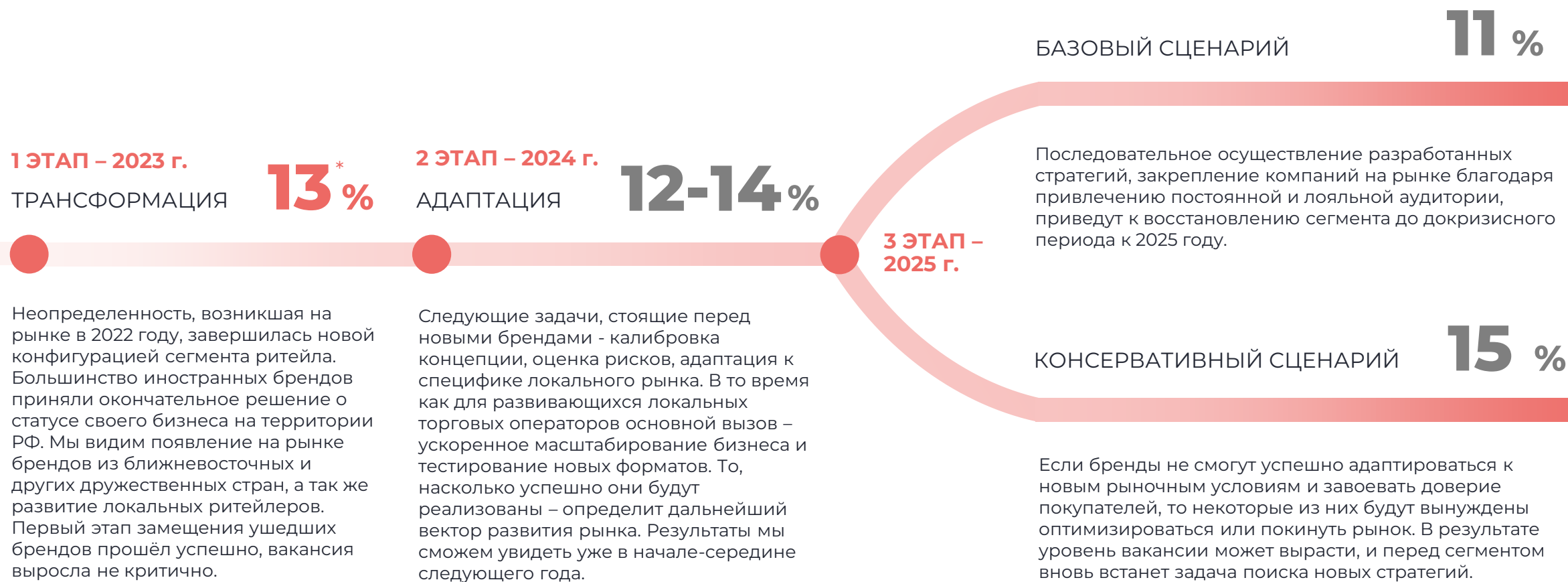
- Вакантные площади – площади, фактически не занятые на момент обхода ТЦ: закрытые блоки с рекламными / декоративными баннерами, где не осуществляется торговая деятельность.
- Потенциальная вакансия (приостановившие работу магазины) – площади международных брендов, на которых не осуществляется торговая деятельность на момент мониторинга, однако сохраняются логотипы, вывески, витрины брендов и товарные стоки, ранее осуществлявших деятельность на этих площадях.

# 01

**ВАКАНСИЯ:**  
РЕАЛЬНАЯ И ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ



# ЗАМЕЩЕНИЕ БРЕНДОВ: ЧТО ДАЛЬШЕ?



\*Здесь и далее – доля свободных площадей в форматных торговых объектах Москвы

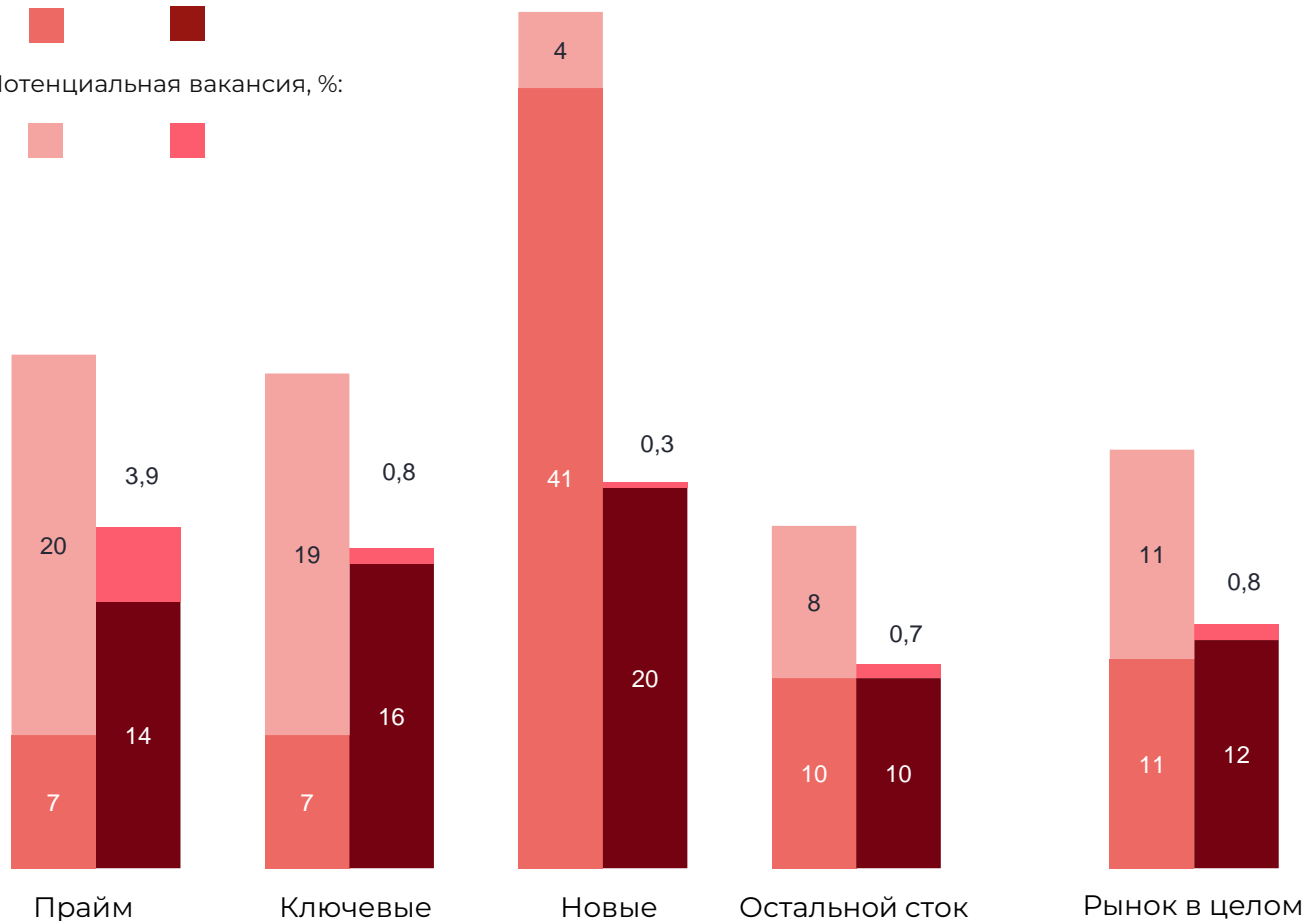
# СТРУКТУРА ВАКАНСИИ ПО ТИПАМ ТЦ

2 кв. 2022    2 кв. 2023

Вакансия, %:



Потенциальная вакансия, %:



За прошедшие 12 месяцев наблюдаются ощутимые изменения на рынке офлайн-ритейла.

К июлю 2023 года произошло принципиальное перераспределение между долями «вакантных» и «потенциально вакантных» торговых площадей.

Крупные международные операторы, принявшие окончательное решение о статусе своего бизнеса на территории РФ, открыли возможности развития как для локальных, так и иностранных игроков, пришедших на российский рынок из дружественных стран. Они заместили пустующие площади, что способствовало заметному сокращению процента простаивающих торговых точек.

Следует отметить высокий процент свободных площадей в торговых центрах «супер-регионального» формата, что связано с уходом с российского рынка таких крупных игроков как IKEA и Decathlon. На данный момент на отечественном рынке нет операторов, способных быстро заполнить опустевшие пространства.

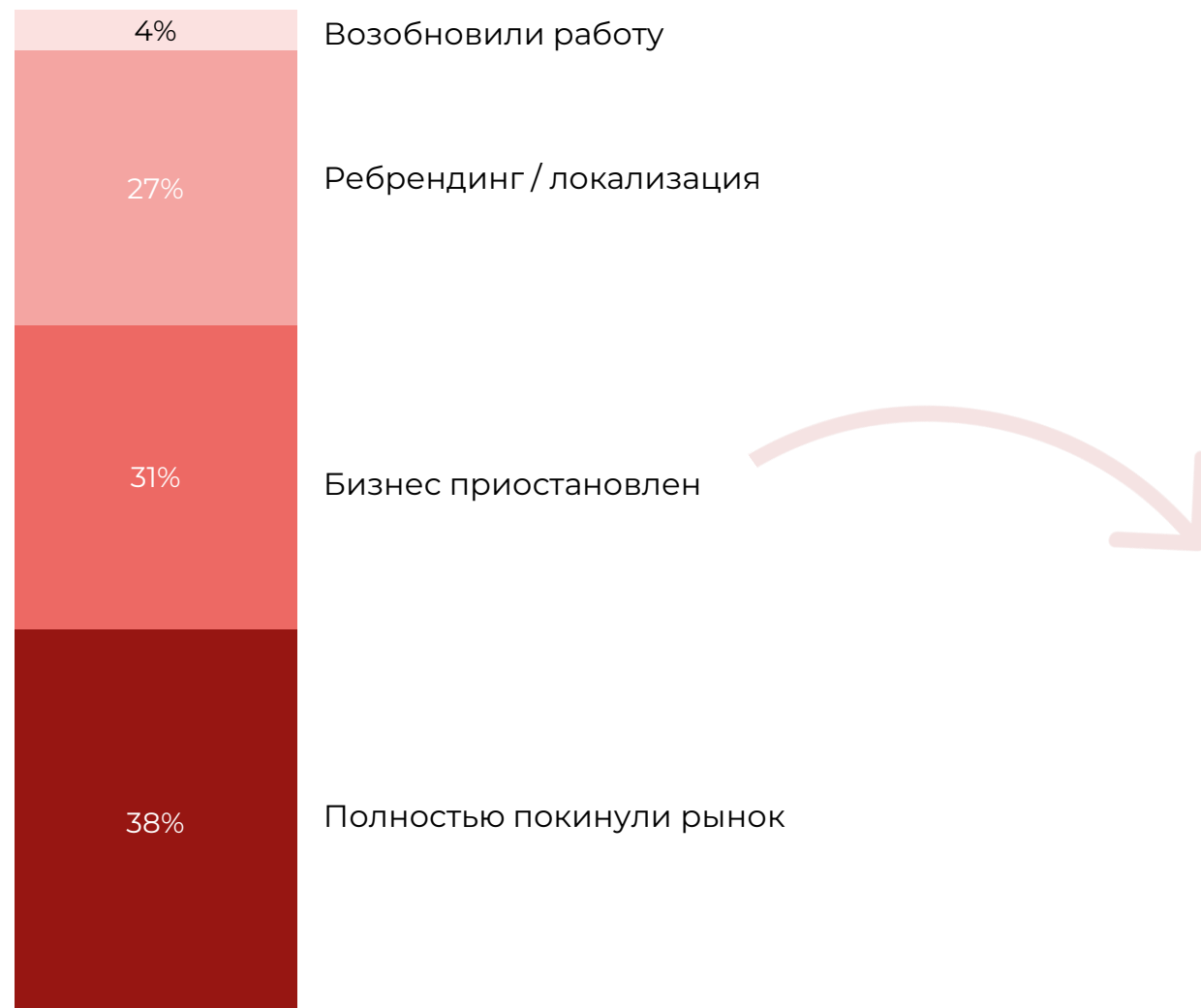
В целом, на рынке наблюдается незначительное изменение количества вакантных площадей за минувший год. Резкий взлет потенциальной вакансии прошлого года был сбалансирован постепенным замещением опустевших площадей уходящих из России международных операторов.

\*Потенциальная вакансия («закрытые двери») – торговая точка, арендованная оператором, но закрытая для покупателей. Подавляющее большинство таких вакансий сейчас заняты международными операторами, временно приостановившими работу в России.



# ИЗМЕНЕНИЕ РЫНКА РИТЕЙЛА В РОССИИ

## МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОПЕРАТОРЫ, ЗАЯВИВШИЕ О СМЕНЕ СВОЕГО СТАТУСА В РОССИИ (по количеству брендов)



На текущий момент 70% международных брендов, из тех, кто заявлял об изменениях, приняли окончательное решение по статусу бизнеса в России. При этом 31% (по количеству операторов) всё ещё остаются в статусе приостановки деятельности и инвестиций. В основном эту долю составляют премиальные бренды, общая площадь магазинов которых не превышает 1% от общего стока торговых площадей в торговых объектах. Если они примут окончательное решение уйти из России, то высвободившиеся площади лишь в незначительной степени повлияют на уровень вакансии.



Доля площадей занимаемая брендами, приостановившими деятельность, от общего количества площадей в торговых объектах  
Июль 2023 г.

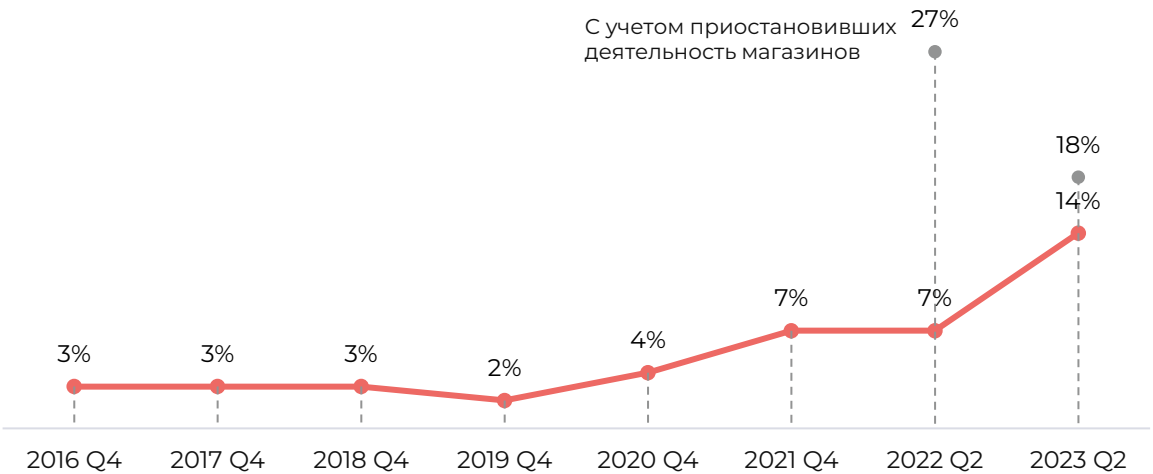
# ПРАЙМ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

## Структура вакансии

Прайм торговые центры всегда отличались устойчивостью в кризисы.

Уникальное местоположение и лояльная аудитория стабильно обеспечивали высокие показатели посещаемости и заполняемости в кризисные 2008, 2015 и 2020 гг. В 2021 году произошел временный рост вакансии, связанный с ротацией крупных операторов, однако это не повлияло на устойчивость формата ТЦ, и индикатор все еще оставался ниже среднерыночного значения. В 2023 году показатель вырос в 2 раза по сравнению с предыдущим периодом. Заметное изменение вызвано окончательным решением многих мировых брендов покинуть российский рынок. При этом общая вакансия (сумма реальной и потенциальной вакансии) снизилась с 27% до 18%, что свидетельствует о том, что риски роста вакансии в прайм торговых центрах за прошедший год реализовались только частично. При этом уровень потенциальной вакансии всё ещё выше, чем в других категориях ТЦ.

## Доля свободных площадей, %



## ИНТЕРЕСНЫЙ ФАКТ

Несмотря на то, что часть площадей из потенциальной вакансии перешла в реальную, значение первой пока что остается выше, чем в среднем по рынку. Люксовые бренды, располагающиеся в прайм ТЦ, приостановили деятельность, но продолжают арендовать помещения.

Доля приостановивших деятельность магазинов:

Прайм	Ключевые	Новые	Стабилизированные
4%	1%	1%	1%



# СТАБИЛИЗИРОВАННЫЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

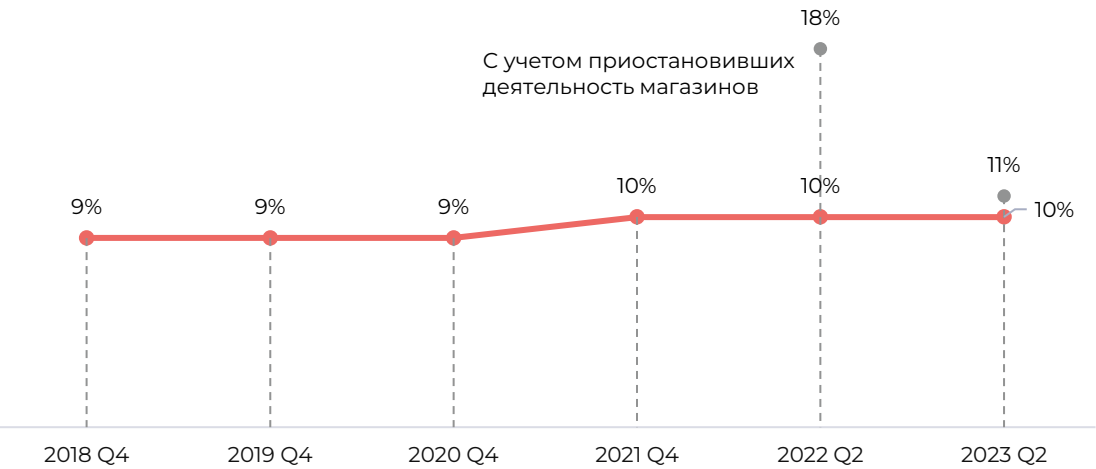
## Структура вакансии

Стабилизированные объекты, к которым относятся крупные, средние и малые ТЦ, функционирующие более 2 лет, в текущих условиях чувствуют себя уверенно. Среди всех типов ТЦ только в объектах этой категории уже на протяжении 3 лет доля свободных площадей стабильна.

Однако, стабилизированные объекты имеют большой совокупный сток площадей (3,8 млн кв. м), и значение вакансии усредняется при том, что показатели по отдельным объектам могут отличаться в разы. В кризисные годы растёт разрыв между объектами – проекты, которым требовалось обновление, чувствуют больше давления, чем те, которые регулярно обновляли концепцию, чтобы оставаться актуальными для покупателей.

В целом стабилизированные объекты считаются устойчивыми, поскольку имеют сформировавшуюся лояльную аудиторию. Особое положение занимают малые ТЦ, которые находятся в шаговой доступности и имеют пул ритейлеров, предлагающих товары для повседневных покупок.

## Доля свободных площадей, %



## ИНТЕРЕСНЫЙ ФАКТ

Заметно снизилась потенциальная вакансия. Международные операторы либо приняли решение остаться, либо их заменили другие арендаторы.

Доля приостановивших деятельность магазинов:



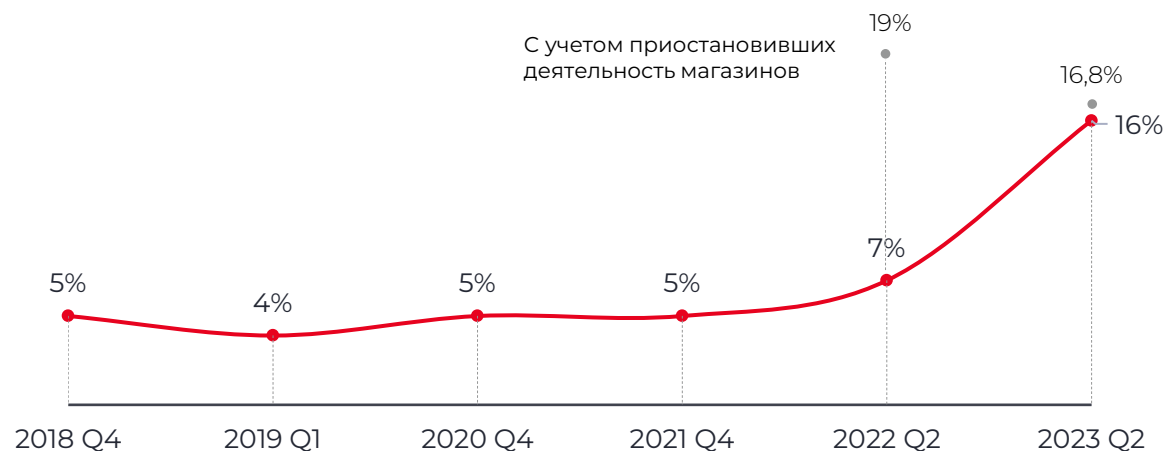
# КЛЮЧЕВЫЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

## Структура вакансии

Вторым после сегмента «прайм» наиболее «пострадавшим» форматом из-за ухода международных операторов стали супер-региональные торговые центры. Децентрализованное расположение объектов и большой объем торговых площадей, занимаемых крупнейшими международными арендаторами (группа Inditex, H&M, Uniqlo, IKEA и т.д.) стали причиной резкого роста доли вакантных площадей.

По истечении года резкий скачок доли магазинов, временно приостановивших свою деятельность, был нивелирован сменой статусов международных компаний на российском рынке. Однако, процент вакантности супер-региональных торговых центров все еще выше, чем средний показатель по рынку (16%), что связано с опустевшими площадями якорных операторов, в первую очередь, магазинов IKEA. К примеру, в Москве средняя площадь магазина IKEA загородного формата составляла ~35 тыс. кв. м. На данный момент в России нет операторов, способных быстро заместить освободившиеся пространства.

## Доля свободных площадей, %



## ИНТЕРЕСНЫЙ ФАКТ

10%

Вакантность ключевых торговых центров без учета сети МЕГА (в этих торговых объектах располагаются закрытые магазины IKEA, занимающие значительную площадь).

В целом по формату супер-региональных ТЦ ситуация выравнивалась, несмотря на все сложности и турбулентность прошедшего года.

2021



ТЦ Авиапарк

2023



ТЦ Авиапарк

# НОВЫЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

## Структура вакансии

Из-за большого объёма ввода в эксплуатацию новых торговых объектов в 2021 году доля свободных площадей резко выросла. При этом категория новых торговых центров не успела привлечь крупные международные бренды и в отличие от всего остального рынка не ощутила негативного влияния от ухода иностранных компаний. В 2022 году доля свободных площадей продолжила расти, так как заполнить свободные площади в новых ТЦ было сложно - развитие торговых сетей было заморожено большую часть года, к тому же продолжался ввод в эксплуатацию новых торговых центров. В 2023 году отмечается сокращение вакансии более чем в 2 раза благодаря небольшому вводу новых торговых объектов, а также заполнению свободных помещений альтернативными брендами.

## Доля свободных площадей, %



## ИНТЕРЕСНЫЙ ФАКТ

Новые торговые центры более лояльны к запросам потенциальных арендаторов и готовы к пересмотру деления торговых помещений на блоки, например, большие помещения разделяют на более мелкие.

Доля приостановивших деятельность магазинов

3,5%  
2022

----->

0,3%  
2023

2022



2023





# 02

## ЗАМЕЩЕНИЕ УШЕДШИХ БРЕНДОВ: КЕЙСЫ ПО ФОРМАТАМ ТЦ



# ВСЕ НУЖНОЕ РЯДОМ - КАК ПРИВЛЕЧЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Новые категории арендаторов и форматов в ТЦ призваны сохранить и расширить лояльную аудиторию торговых объектов. Среди них есть организации, оказывающие государственные и муниципальные услуги, а так же новые форматы ресторанов и «островки» с новыми категориями товаров в торговых галереях объектов.

## МФЦ



Посещение государственных учреждений становится все более доступным.

## МОСКОВСКОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ



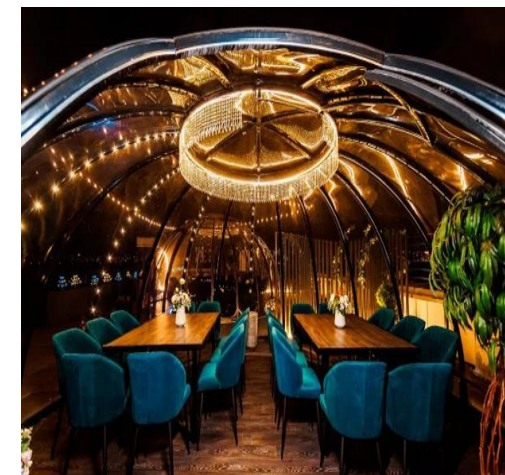
Открываются отделения досугового проекта для москвичей старшего возраста.

## ОСТРОВКИ



Небольшие торговые площадки, расположенные в галереях торговых центров – одна из возможностей для развития молодых дизайнеров. Небольшая площадь предполагает низкую общую стоимость аренды за блок, а расположение - высокую проходимость. В дальнейшем молодой проект может стать полноценным арендатором торговой галереи.

## РЕСТОРАНЫ В ТОРГОВОЙ ГАЛЕРЕЕ



Как правило, рестораны и кафе в торговых центрах располагаются на последних этажах, в зоне фуд-корта. Но в настоящее время их можно встретить на всех уровнях ТЦ, включая интересные концепции на крыше.



# КЕЙС: ЗАМЕЩЕНИЕ УШЕДШИХ БРЕНДОВ - МАЛЫЕ ТЦ

## ТЦ Галеон

К категории «малые торговые центры» отнесены объекты с GLA менее 20 тыс. кв. м. Данные объекты ориентированы на жителей близлежащих районов, что обуславливает привычный для подобных торговых центров набор якорных арендаторов: продуктовые магазины, магазины одежды и аксессуаров, развлечения (детские центры, компьютерные клубы).

В качестве примера рассмотрим малый торговый центр «Галеон», где расположены такие якорные арендаторы, как "Лента", "СИН", "Kari", "Familia", "Sphere" и др.



## ТЦ ГАЛЕОН

Дата ввода: 3 кв. 2019 г.

Торговая площадь: 16 500 кв. м

Вакансия 2 кв. 2022 г.: 26,5%

Вакансия 2 кв. 2023 г.: 5,2%

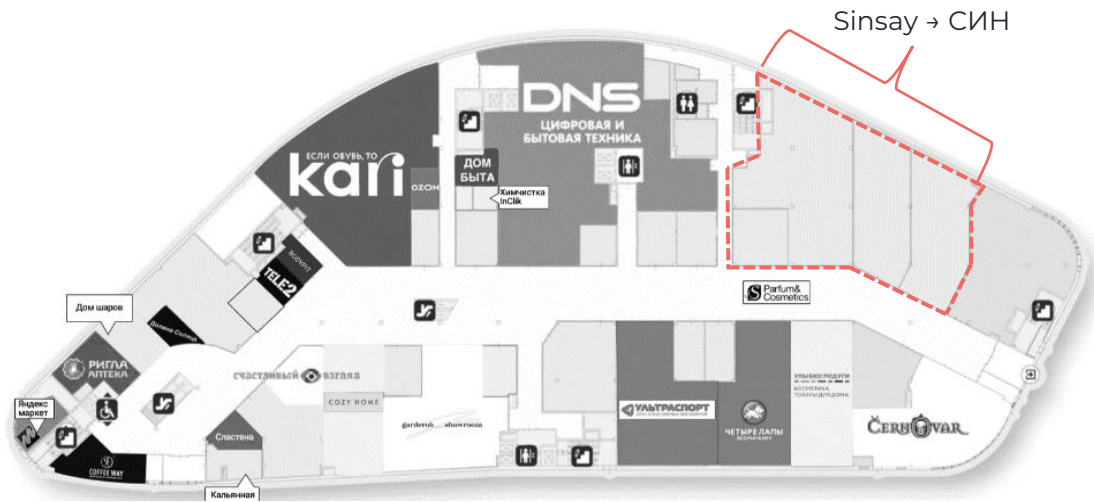
Тип: Стабилизированный

## КЕЙС: ЗАМЕЩЕНИЕ УШЕДШИХ БРЕНДОВ - МАЛЫЕ ТЦ

### ТЦ Галеон

Малый формат торговых центров наименее подвержен колебанию уровня вакантных площадей в текущих условиях в силу отсутствия в числе арендаторов крупных международных операторов и наличия устоявшегося набора постоянных арендаторов.

Все, кроме одной, замены арендаторов за прошедший год не связаны с уходом международных операторов.



# КЕЙС: ЗАМЕЩЕНИЕ УШЕДШИХ БРЕНДОВ - СРЕДНИЕ ТЦ

## ТЦ Avenue South-West

При анализе категории средних по площади торговых центров было выявлено, что активно развиваются такие бренды, как «Твое», «Емка», «Gloria Jeans», «Lime», «Befree», «Sela», часто большие помещения разделяют на более мелкие в соответствии с запросом потенциальных арендаторов.

На примере торгового центра Avenue South-West можно рассмотреть влияние ухода иностранных брендов на данный формат торговых центров.



### ТЦ AVENUE SOUTH-WEST:

Дата ввода: 4 кв. 2015 г.

Торговая площадь: 32 900 кв. м

Вакансия 2 кв. 2022 г.: 5,4%

Вакансия 2 кв. 2023 г.: 2,7%

Тип: Стабилизированный



# КЕЙС: ЗАМЕЩЕНИЕ УШЕДШИХ БРЕНДОВ - СРЕДНИЕ ТЦ

ТЦ Avenue South-West



MAC → Cicha San Chen

Tous → Эпл даймонд

SEPHORA → ИЛЬ ДЕ БОТЭ



Mothercare → ТВОЁ

ЛЕГО → МИР КУБИКОВ

ADIDAS → DEMIX

REEBOK → SAVAGE



МОНИТО → МО

CROPP → CR

# КЕЙС: КРУПНЫЕ ТЦ - ЗАМЕЩЕНИЕ УШЕДШИХ БРЕНДОВ ГРУПП КОМПАНИЙ INDITEX И H&M

## ТЦ Афимолл

Для региональных и супер-региональных торговых центров наибольшим вызовом стала необходимость замещать крупные объемы площадей, которые занимали группы компаний.

На первом этаже торгового центра Афимолл на месте крупных магазинов групп компаний Inditex и H&M Group произошло дробление на более мелкие помещения. Если раньше средняя площадь магазина на этаже составляла 663 кв. м, то теперь произошла перепланировка, и с приходом других брендов средний размер арендуемой площади стал равен 276 кв. м. По большей части, именно российские бренды заместили иностранные. Несмотря на то, что в большинстве случаев замещение прошло успешно, имеются большие площади бывших магазинов IKEA и H&M, которые пустуют – порядка 2 000 кв. м. В двух случаях произошла смена категории продаваемых товаров. Места магазинов Stradivarius и Reserved заняли бренды Williams Oliver и GARDA DECOR, занимающиеся продажей товаров для дома.

В целом концепция этажа не претерпела значительных изменений, несмотря на уход таких крупных арендаторов.

## ТЦ АФИМОЛЛ

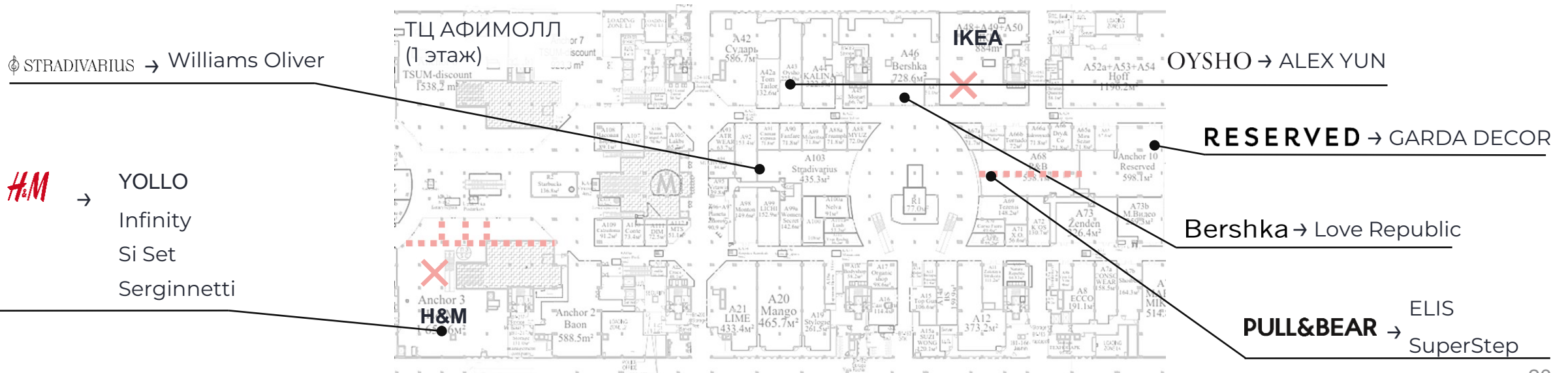
Дата ввода: 1 кв. 2011 г.

Торговая площадь: 107 000 кв. м

Вакансия 2 кв. 2022 г.: 20,7%

Вакансия 2 кв. 2023 г.: 12,1%

Тип: Ключевой



### Татьяна Дивина

Руководитель Департамента  
исследований и аналитики

[Tatyana.Divina@cmwp.ru](mailto:Tatyana.Divina@cmwp.ru)

### Полина Афанасьева

Директор  
Департамент исследований и  
аналитики

[Polina.Afanasieva@cmwp.ru](mailto:Polina.Afanasieva@cmwp.ru)

### Валерия Братченко

Младший аналитик  
Департамент исследований и  
аналитики

[Valeriia.Bratchenko@cmwp.ru](mailto:Valeriia.Bratchenko@cmwp.ru)

### Екатерина Петрова

Стажер  
Департамент  
исследований и аналитики

### Полина Костина

Стажер  
Департамент  
исследований и аналитики

### Анастасия Федорова

Стажер  
Департамент исследований и  
аналитики



[www.cmwp.ru](http://www.cmwp.ru)

