



# ПРОГНОЗ ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Декабрь 2022



# МАКРОЭКОНОМИКА

## ПРОГНОЗЫ 2022-2023

**-4 %**      **-12 %**

ВВП

**20 %**      **29 %**

ИНФЛЯЦИЯ

**-6,5 %**      **-9 %**

РАСХОДЫ НА КОНЕЧНОЕ  
ПОТРЕБЛЕНИЕ ДОМАШНИХ  
ХОЗЯЙСТВ

Базовый сценарий

Глобальный кризис

	2022	2023	2024	2025	2022	2023	2024	2025
Инфляция, %, декабрь к декабрю предыдущего года	12-13	5-7	4	4	12-13	13-16	8-9	4
Ключевая ставка, в среднем за год, % годовых	10,6	6,5-8,5	6-7	5-6	10,6	11,5-13,5	12-13	6-7
ВВП, %	(-3,5) - (-3)	(-4) - (-1)	1,5-2,5	1,5-2,5	(-3,5) - (-3)	(-8) - (-5)	(-2) - (-1)	0-1

Второго ноября Центральный банк опубликовал пересмотренный прогноз макроэкономического развития и денежно-кредитной политики на 2022-2025 гг.

Прогноз представляет три сценария («ускоренная адаптация», «базовый» и «глобальный кризис»).

Сейчас баланс рисков смещён в сторону негативных вариантов.

При любом сценарии восстановление экономики будет идти параллельно с её глубокой трансформацией.



# РИТЕЙЛ

## МОСКОВСКИЙ РЫНОК. ИНДИКАТОРЫ

ДЕКАБРЬ 2022

6,1 МЛН КВ. М

Общее количество торговых площадей в форматных торговых объектах\*

130 ТЫС КВ. М

Новое строительство\*

12 %

Доля свободных площадей в форматных торговых объектах

ДЕКАБРЬ 2023

6,4 МЛН КВ. М

Общее количество торговых площадей в форматных торговых объектах\*

200 ТЫС КВ. М

Новое строительство\*

15-17 %

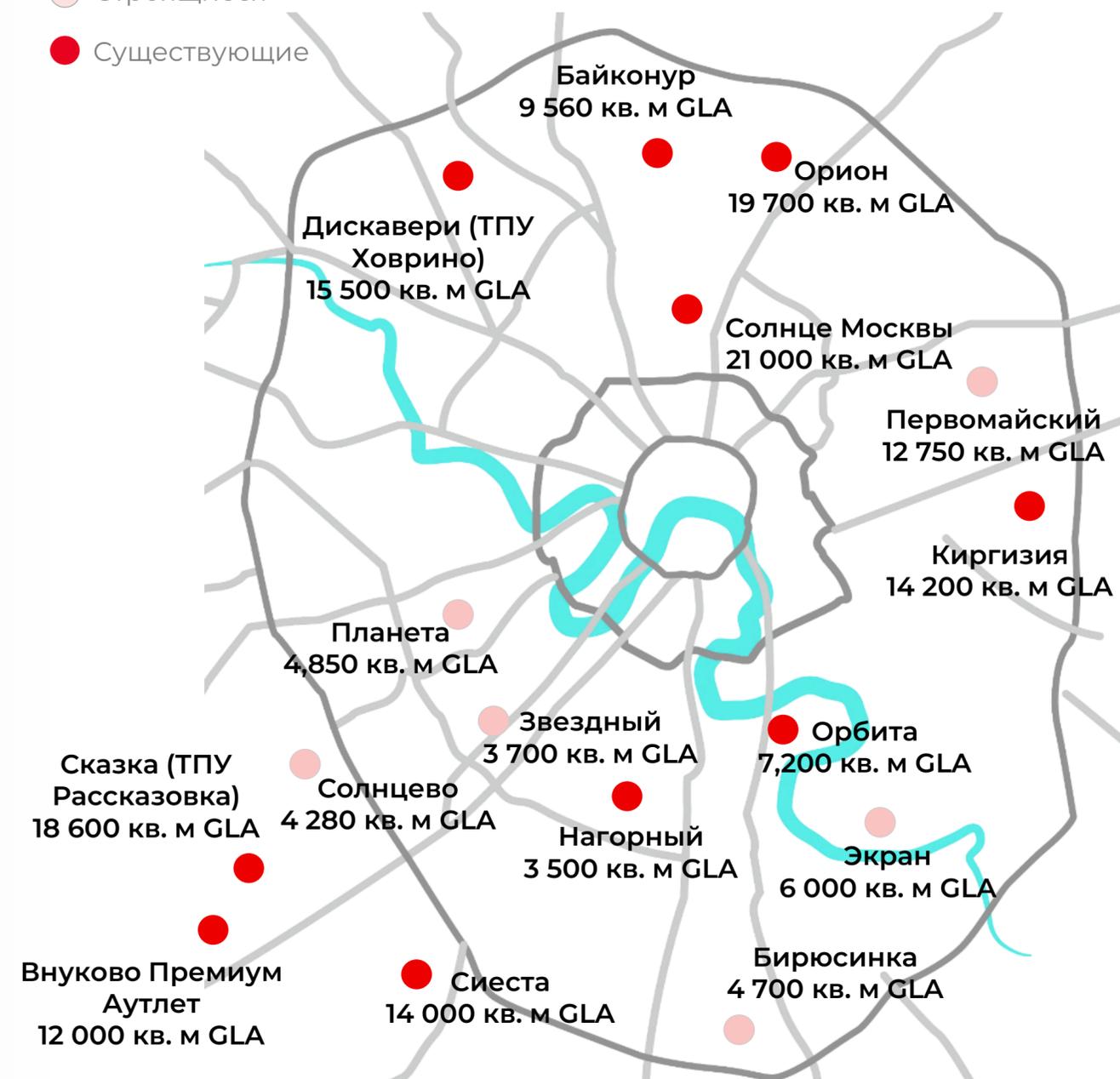
Доля свободных площадей в форматных торговых объектах

\*Торговые объекты от 15 000 кв. м торговой площади - торговые центры, торговый сегмент в МФК, аутлеты, ритейл парки.

## 2022: КЛЮЧЕВЫЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

● Строящиеся

● Существующие



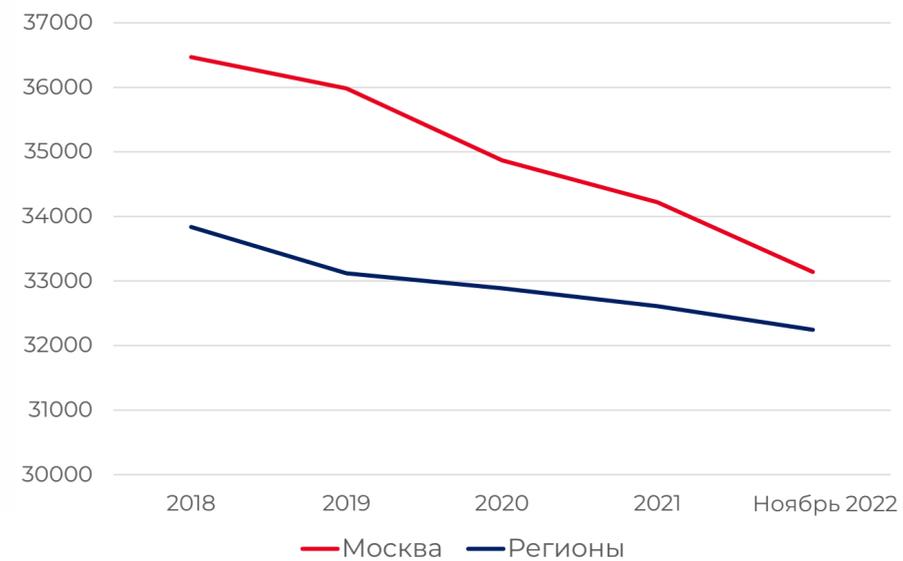
## ТРЕНДЫ РИТЕЙЛА

СРЕДНИЙ РАЗМЕР ТОРГОВОГО  
ЦЕНТРА В МОСКВЕ

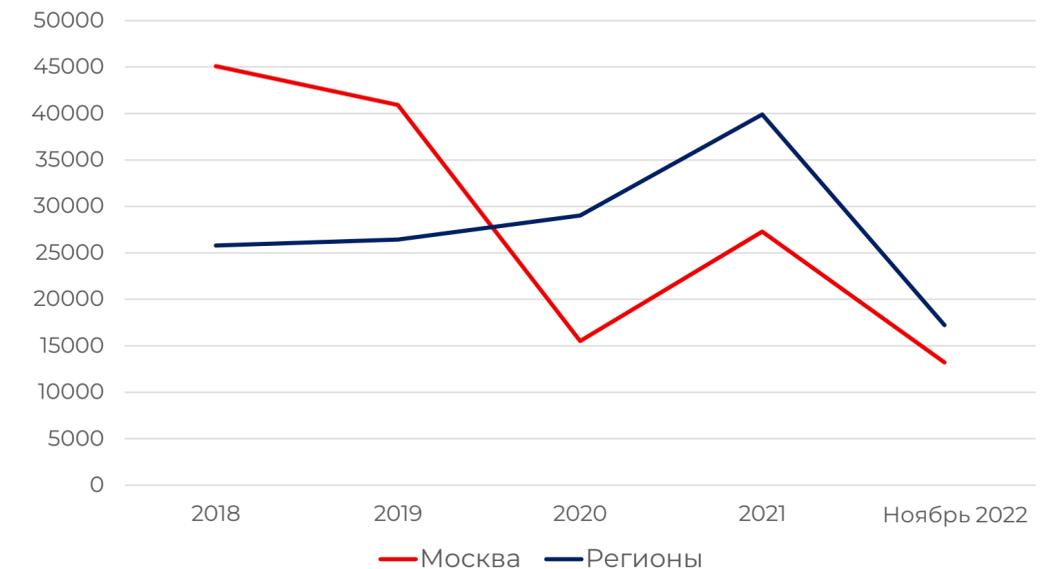
33 150 м<sup>2</sup> Существующий

15 400 м<sup>2</sup> Строящийся

СРЕДНИЙ РАЗМЕР СУЩЕСТВУЮЩЕГО ТОРГОВОГО  
ОБЪЕКТА, КВ. М



СРЕДНИЙ РАЗМЕР ОБЪЕКТОВ НОВОГО  
СТРОИТЕЛЬСТВА, КВ. М



ТРЕНДЫ



- Потребительская активность будет находиться под давлением из-за макроэкономических и геополитических рисков.
- Исход и сокращение присутствия международных операторов приведет к росту вакансий в торговых центрах.
- Расширение существующих и развитие новых брендов замедлит рост доли свободных площадей в торговых центрах, но на это потребуется время.
- Снижение потребительской активности в среднесрочной перспективе будет сдерживать развитие ритейлеров.
- Ввод новых объектов сокращается. Снижается средняя площадь вводимых торговых объектов.
- Изменение потребительского поведения - потребители все чаще отдают предпочтение удобству.
- Концепции торговых центров больше смещаются в сторону еды и развлечений.

# Татьяна Дивина

Старший директор  
Руководитель департамента  
Исследования и аналитика



Tatyana.Divina@cmwp.ru



+7 916 973 8960

