

Торговая недвижимость Март 2026 г.

Люди стали реже посещать торговые центры и рестораны, оффлайн торговые сети сокращают свое присутствие на рынке, оптимизируя количество розничных магазинов, а доля e-commerce, наоборот, увеличивается, расширяя географию присутствия и диверсифицируя партнеров.

Что происходит на рынке ритейла?

С начала года уже несколько крупных сетей магазинов заявили о возможности закрытия своих магазинов. Грустные новости сначала пришли о сети «Zenden» – основатель компании Андрей Павлов не исключил закрытие магазинов сети, назвав основной причиной не конкуренцию с маркетплейсами и снижение покупательской способности, а выставленные по итогам выездных налоговых проверок претензии на общую сумму 24 млрд рублей. Затем об оптимизации заявили ритейлеры Gloria Jeans, Concept Group, O'stin, а в начале апреля о снижении выручки за 2025 год заявили Аутлет Пулковский и Большой Гостиный Двор.

Продуктовый ритейл не остался в стороне: убыток впервые более, чем за 20 лет зафиксировала продуктовая сеть «Магнит». Оптимизируют свою сеть «ВкусВилл» и «Шоколадница». Правда, что касается ВВ - компания традиционно с опережением реагировала на рыночные изменения и периодически оптимизировала неэффективные точки и раньше.

На фоне этих новостей информация об увеличении Lamoda оборота до 213 млрд руб. (+14%) по итогам 2025 года выглядит вполне закономерной. Отмечается увеличение клиентской базы на 570 тыс. пользователей (+10% за год), рост общего количества товаров на платформе, пунктов выдачи заказов и зоны доставки товаров, увеличение количества активных рекламодателей (оно и понятно - предприниматели видят, куда смещается аудитория).

Практика показывает, что наибольшую активность в новых районах проявляют ПВЗ («OZON», WB - сказывается их стратегия быть в каждом новом доме/ЖК), и заметно меньшую активность демонстрируют такие игроки рынка, как магазины зоотоваров, одежды, спорттовары, бытовой техники и т.д. Такая динамика развития связана не только с темпами роста в целом сегмента e-commerce на рынке, но и с активным дотированием новых точек со стороны маркетплейсов (речь идет о программах поддержки, когда в первые несколько месяцев предпринимателям, открывшим ПВЗ, выплачиваются дотации).

СберИндекс 05.04.26 опубликовал график потребительских расходов, и в категории непродовольственных товаров мы видим повышение только у маркетплейсов (+28,3%). Кстати, с апреля 2025 года четко прослеживается тенденция к замедлению населением темпов роста расходов, особенно на продовольственные товары и услуги.



На фоне общего роста цен все более заметной становится тенденция перехода на домашнее питание. Приготовление еды дома гораздо выгоднее по сравнению с регулярными обедами вне дома, что может оказывать долгосрочное влияние на формат и посещаемость демократичных заведений общепита (по оценкам участников рынка, у некоторых сетей трафик в 1 квартале снизился на 10-30%). Для операторов общественного питания и владельцев ресторанного бизнеса это сигнал либо для пересмотра ценовой политики, либо для адаптации формата под снижающуюся покупательную способность. Это может вызвать дополнительные сложности у инвесторов-арендодателей и одновременно стимулировать спрос на новые форматы недвижимости, в том числе формата dark store. Несмотря на это, наш опыт сдачи показывает, что ресторанные группы продолжают рассматривать новые локации для открытия заведений, но с крайне глубокой проработкой концепции, крайне предвзятым отношением к выбору самого места, и традиционно активность среди арендаторов сохраняют недорогие кофейни/пекарни.

Новые проекты. Объемы ввода

По оценке Nikoliers, в январе-феврале 2026 г. посещаемость торговых центров снизилась на 3,6% по сравнению с началом 2025 года. Это дополнительное подтверждение тенденции к снижению потребительской активности населения. В том числе поэтому многие федеральные и локальные компании сдерживают открытие новых магазинов, дольше принимают решения и нередко запрашивают дополнительные уступки при заключении договоров аренды.

За 1 квартал 2026 года в городе не было открыто новых торговых центров. При этом во втором полугодии ожидается ввод еще 4 торговых центров. Правда, все 4 - это объекты с GLA до 20 тыс. кв. м и расположенные в спальных густонаселенных районах с обилием относительно новых многоквартирных ЖК: «ЭкоПарк Парнас», «Kronung Солнечный» на пр. Ветеранов (ЖК «Солнечный город»), новый торговый центр у метро «Международная» и Kronung «Новогорелово» в Красносельском районе. Отрадно, что несмотря на высокие процентные ставки и непредсказуемость в экономике, на рынке активно появляются новые проекты. При этом более современные и удачные проекты будут отбирать трафик у стареющих, переставшим отвечать запросам аудитории. Этому будет способствовать высокий уровень обеспеченности торговыми помещениями в СПб (на конец 2025 года общий уровень обеспеченности Санкт-Петербурга торговыми площадями был 582 кв. м на 1 тыс. жителей, а к 2026 году обеспеченность населения города площадью торговых объектов на 1 тыс. жителей должна составить 1 206 кв. м.¹⁾) и значительной части торговых центров, особенно старых, предстоит реконцепция либо продажа с последующим сносом и застройкой жильем.

1

https://www.gov.spb.ru/static/writable/documents/2021/10/21/3_%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82.pdf