

# ПАТРИАРШИЕ ПРУДЫ

Вакансия и структура арендаторов

ЯНВАРЬ 2025



# СОДЕРЖАНИЕ

- 01 Методология
- 02 Формирование Патриарших прудов
- 03 Структура арендаторов
- 04 География брендов
- 05 Ресторанный бизнес: жизненный цикл
- 06 Рестораны холдинги и независимые рестораны
- 07 Ключевые выводы
- 08 Контакты



# 01 МЕТОДОЛОГИЯ

## ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ

Торговые пространства, расположенные на первых этажах зданий и имеющие отдельный вход со стороны соответствующей улицы.

## ВАКАНСИЯ

Торговая площадь, фактически не занятая на момент мониторинга, или закрытый блок с рекламными/декоративными баннерами, где не осуществляется/приостановлена торговая деятельность.

## АНАЛИЗИРУЕМЫЙ ПЕРИОД

По ретроспективным периодам были проанализированы данные из открытых источников, датированных периодом с ноября 2015 г. по январь 2025 г.\*

## РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС

В ресторанные холдинги и сети включены объекты с единой структурой владения или работающие под единым брендом. В выборку исследования на Патриарших прудах включены все заведения общепита, большинство из которых составляют рестораны. Годом открытия/закрытия ресторана считается первый/последний год мониторинга, в который объект был зафиксирован.

## 9 Улиц в составе Патриарших прудов проанализированы в рамках мониторинга



\*Мониторинг произведен виртуально с помощью сервиса Яндекс Карты и других открытых источников, мониторинг в январе 2025 г. проведен традиционным способом.



# 02 ФОРМИРОВАНИЕ ПАТРИАРШИХ ПРУДОВ

## Как развивались события?

- XVII в. На месте Патриарших прудов располагалось Козье болото. Необычное название последнего было обусловлено близким расположением слободы, занимавшейся разведением коз для поставок шерсти ко двору. Район получил имя Козиха, от которого произошли названия Большого и Малого Козихинских переулков. В конце XVII в. болото решили осушить и вырыть три пруда.
- XVIII в. Петр I упразднил патриаршество. Патриаршая слобода пришла в запустение, пруды заболотились.
- XIX в. Два пруда были засыпаны, уступив место под новые застройки. Район заполнили доходные дома с доступным жильем, куда переселились деятели искусства и студенты. Патриарший пруд сохранили, благоустроили и окружили сквером.
- XX в. Район активно застраивался и развивался, обретая новый облик с появлением театров, памятников и жилых домов. Эти новостройки стали домом для представителей советской интеллигенции – актёров, учёных, писателей.
- XXI в. Патриаршие пруды обрели репутацию одного из самых живописных уголков Москвы с развитой инфраструктурой для отдыха и прогулок.



## Число поисковых запросов «Патриаршие пруды» в интернете, 2018 – 2024 гг.



В июне 2021 г. Роспотребнадзором были сняты ковидные ограничения, что привело к рекордному количеству поисковых запросов «Патриаршие пруды» в интернете.



Повышенная посещаемость Патриарших прудов фиксируется летом и ранней осенью.



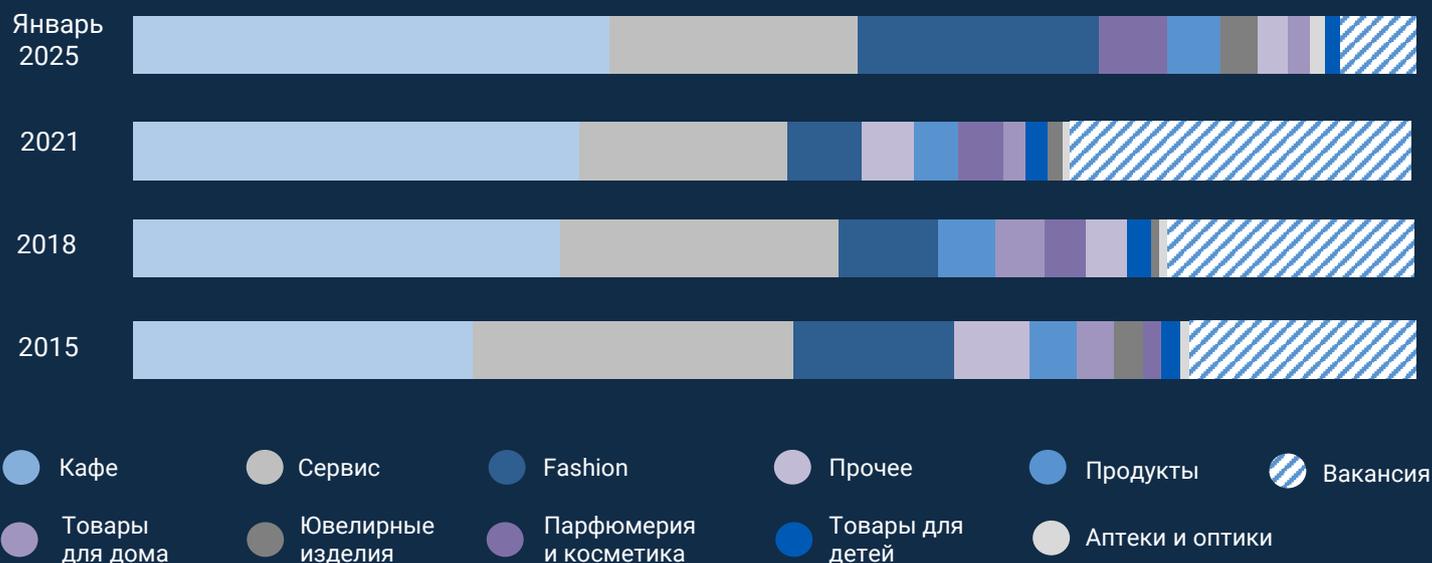
До 2020 г. одним из ключевых мест притяжения посетителей в зимний период являлся каток, однако к 2025 г. его работа так и не возобновилась.





# 03 СТРУКТУРА АРЕНДАТОРОВ

Структура арендаторов торговых улиц в составе Патриарших прудов, %, 2015 г., 2018 г., 2021 г., январь 2025 г.

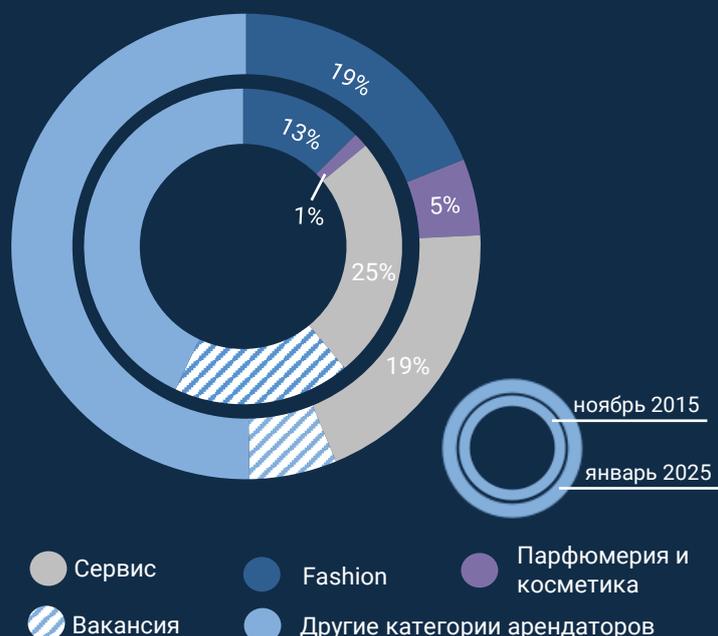


# 39%

Доля заведений общепита на улицах, участвующих в мониторинге

За последние 10 лет наблюдается устойчивый рост сегмента общественного питания, что отражает общую тенденцию увеличения потребительских расходов в данной сфере. Популярность этой категории услуг продолжает увеличиваться – за период с 2015 по 2025 год доля заведений выросла на 11 п.п.

Изменения в соотношении категории арендаторов, ноябрь 2015 г. / январь 2025 г., %



Основным драйвером сокращения вакантных площадей является Fashion-сегмент, за последние 10 лет его доля возросла на 6 п.п. Это обусловлено изменениями в географической структуре арендаторов (увеличение числа локальных игроков) и тенденцией к дроблению торговых площадей.

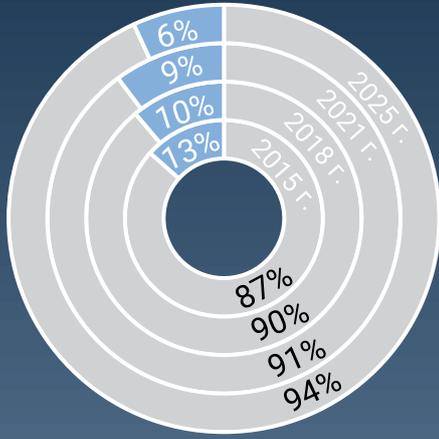
В сегменте «Парфюмерия и косметика» за 10 лет рост составил 4 п.п., это связано с развитием нишевых брендов и изменением покупательских предпочтений в условиях экономической нестабильности, потребители все чаще выбирают «маленькие радости».

Наиболее стабильными категориями являются: «Аптеки и оптики», «Продукты», так как они ориентированы на повседневный спрос проживающих в этом районе людей, а не только на проходящий трафик. Эти арендаторы представлены в единичном количестве.



# 04 ГЕОГРАФИЯ БРЕНДОВ

Распределение арендаторов по географической принадлежности бренда, %, 2015 г., 2018 г., 2021 г., январь 2025 г.



- Российские арендаторы
- Международные арендаторы

# 6%

Уровень вакансии, январь 2025 г.

Уровень вакансии в январе 2025 г. достиг рекордно низкого значения, что отражает восстановление рынка и высокий спрос к локации.

За последние 10 лет доля локальных операторов выросла на 6 п.п., это связано с освобождением торговых площадей после ухода международных брендов, а также с активным развитием российских игроков.

## Было/стало

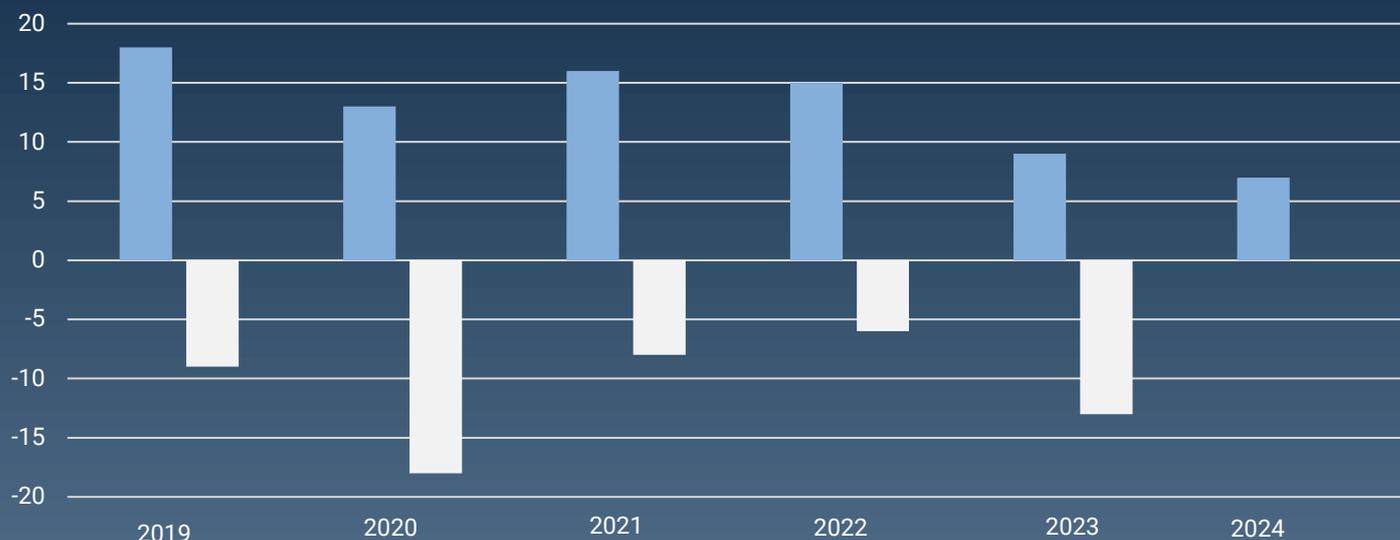




## 05

РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС: ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ 

Соотношение закрытых и открытых ресторанов, 2019 г. – 2024 г.



В 2020 году массовое закрытие ресторанов было вызвано введением строгих ограничительных мер, связанных с пандемией COVID-19. Эти меры существенно сократили возможности для ведения бизнеса в сфере общественного питания.

В 2021 году произошло постепенное смягчение ковидных ограничений, что позволило многим заведениям возобновить свою работу, хотя восстановление отрасли происходило неравномерно и зависело от ряда факторов, таких как уровень вакцинации населения и региональные особенности регулирования.

Среди факторов, повлиявших на ресторанный бизнес в 2023 году: рост арендных ставок, нарушение логистических и производственных цепочек, а также уход иностранных поставщиков с российского рынка. Эти обстоятельства вынудили рестораторов адаптировать свои концепции, не все из которых оказались жизнеспособными.

3 года

— средний период функционирования ресторанов, цикл работы которых пришелся на ноябрь 2015 г./январь 2025 г.\*

6 лет

— средний период работы функционирующего арендатора

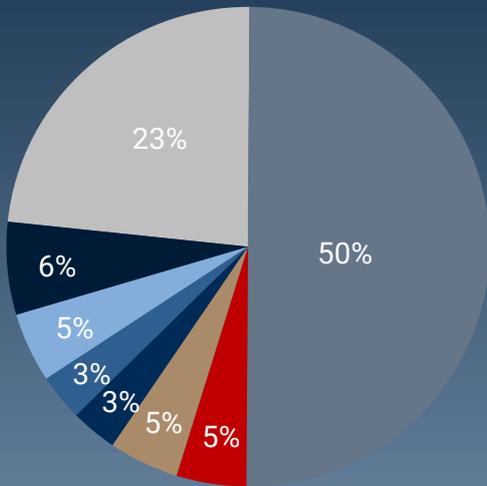
Средний срок работы закрытых ресторанов\*, 2015 – 2024 гг.



\*В выборку включены заведения общепита, открытые с 2015 г. и закрытые до 2024 г.

# 06 РЕСТОРАННЫЕ ХОЛДИНГИ И НЕЗАВИСИМЫЕ РЕСТОРАНЫ

Распределение ресторанов по структуре собственности, январь 2025 г., %



Анализ рынка общественного питания показал, что заведения, входящие в ресторанные холдинги, более устойчивы к кризисам по сравнению с независимыми ресторанами. Так, по состоянию на январь 2025 г. 77% существующих предприятий общественного питания на Патриарших прудах принадлежат сетям или холдингам. Среди закрытых за последние 10 лет ресторанов к холдингам и сетям относились только 43% заведений, что подтверждает их большую жизнеспособность.

Подобная динамика отражает преимущества развития ресторанного бизнеса в составе холдинга или сети за счет внешних ресурсов, в том числе возможности покрытия убытков и ускоренного набора лояльной аудитории.

AM RESTAURANTS OF ARAM MNATSAKANOV

ALBA GROUP

Александр Оганезов

Доля групповых ресторанов

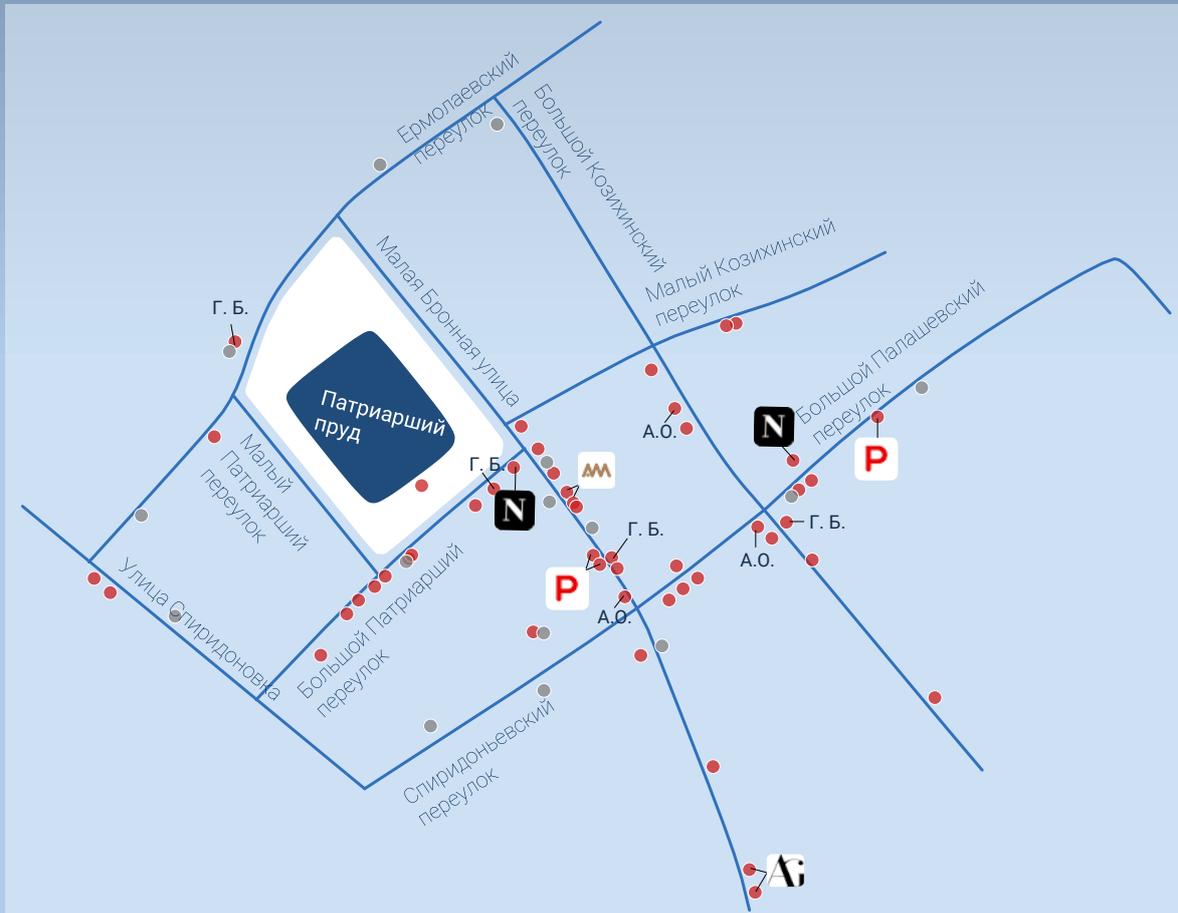
PINSKIY & CO.

NOVIKOV GROUP OF COMPANIES SINCE 1990

Глен Баллис.

Доля самостоятельных ресторанов

Карта функционирующих ресторанов на Патриарших прудах, январь 2025 г.



Самостоятельные рестораны

Групповые рестораны

А.О. – Александр Оганезов

Г.Б. – Глен Баллис.



# 07 КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

Патриаршие пруды – район Москвы с развитой инфраструктурой и высокой стоимостью недвижимости, привлекательный для ведения бизнеса благодаря своему статусу и культурной значимости. В периоды кризиса этот район продемонстрировал способность к адаптации и в настоящий момент продолжает активное развитие.

- К началу 2025 года вакансия на улицах Патриарших прудов достигла 6%, что на 16 п. п. ниже показателя 2020 года, на который пришелся период пандемии и массовых закрытий заведений.
- Начиная с 2021 г. в исследуемой локации наблюдался рост доли российских игроков, начавшийся до массового исхода международных брендов. За последние 5 лет доля локальных игроков увеличилась на 5 п.п. и по состоянию на январь 2025 года достигла 94%. Подобная динамика - следствие активного развития российских премиальных брендов.
- Превалирующей категорией арендаторов на Патриарших прудах остаются точки общественного питания. На январь 2025 г. их доля составляет 39%.
- Средний возраст функционирующего ресторана – 6 лет, средний возраст закрытых ресторанов – 3 года. Наибольшее число закрытий пришлось на 2020 и 2023 гг.
- Большая часть закрытых ресторанов являлись индивидуальными. По состоянию на начало года объекты, входящие в ресторанные группы составляют 77% от общего числа заведений общепита.



# 08 КОНТАКТЫ

## ОСТАЛИСЬ ВОПРОСЫ? СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ!



Подписывайтесь  
на наш канал



### **ПОЛИНА АФАНАСЬЕВА**

Руководитель департамента  
исследований и аналитики

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



### **НИКИТА ДРОНОВ**

Заместитель руководителя  
департамента исследований и  
аналитики

[Nikita.Dronov@cmwp.ru](mailto:Nikita.Dronov@cmwp.ru)



### **АНАСТАСИЯ ФЕДОРОВА**

Младший аналитик  
Торговая недвижимость

[Anastasia.Fedorova@cmwp.ru](mailto:Anastasia.Fedorova@cmwp.ru)



### **СОФЬЯ САМЖИЛИНА**

Специалист по исследованиям

[Sofia.Samzhilina@cmwp.ru](mailto:Sofia.Samzhilina@cmwp.ru)