

Colliers: Boom-ul comerțului electronic încetinește, un semnal clar al unui consumator mai cumpătat în marile orașe, unde sunt înregistrate majoritatea achizițiilor online. În formatele tradiționale, discounterii câștiga și mai multa cota de piață



Piața de retail a înregistrat livrări limitate în primul semestru din 2022, fiind finalizate doar doua proiecte care totalizeaza aproximativ 27.000 de metri patrați, potrivit raportului de piața Colliers pentru primul semestru din 2022. Analizând structura consumului, consultanții Colliers puncteaza ca vânzarile de îmbracaminte și încălțăminte au accelerat în prima jumătate a acestui an, iar achizițiile de diverse produse electronice și electrocasnice au avut o evoluție buna.

Pe de alta parte, categoria articolelor pentru renovarea, modernizarea sau amenajarea locuinței s-a stabilizat în ultimele trimestre, fiind influențata de faptul ca piața rezidențiala a atins un nou maxim de vânzari. Și comerțul electronic a bifat, de asemenea, un vârf, fiind în prezent doar ușor sub nivelul din 2021. În ansamblu, chiar daca vânzarile retailerilor de produse nealimentare pentru unele segmente ar putea stagna sau trece pe o panta descendenta în a doua jumătate a anului, profitabilitatea retailerilor din România este una dintre cele mai bune din Uniunea Europeana.

Singurele inaugurari din prima jumătate a anului au fost extinderea proiectului Colosseum Mall (16.500 de metri patrați) din nord-vestul Bucureștiului și finalizarea noului Funshop Park Timișoara (10.800 de metri patrați), un parc de retail deținut de dezvoltatorul polonez Scallier, nume relativ nou pe piața locala. A doua jumătate din 2022 se anunța însă mai activa, cu aproximativ 120.000 de metri patrați de noi proiecte de retail finalizate. Totuși, consultanții Colliers nu exclud posibilitatea ca unele dintre aceste proiecte sa fie amânate până în prima parte a lui 2023, mai ales daca dezvoltatorii întâmpina anumite provocari în procesul de construcție sau de închiriere.

„În ceea ce privește cererea, este important de remarcat faptul ca în centrul redresării economice din România în perioada post-pandemica a fost consumul robust, și, din fericire, vedem în continuare rezultate bune. Acest climat este rezultatul pieței foarte dinamice a forței de munca, unde numarul total de angajați din economie este deja peste nivelul de dinaintea pandemiei înca de la începutul lui 2022. Totuși, deși este îmbucurător ca salariile au accelerat în termeni nominali, în termeni reali, acestea se situeaza ușor sub rata inflației de ceva timp. Iar daca activitatea economica va încetini din cauza evoluțiilor din alte țari, acest lucru va duce, la rândul sau, la o creștere mai lenta a salariilor, chiar daca dinamica prețurilor ramâne ridicata. De asemenea, vânzarile de produse nealimentare ar putea sa se stabilizeze în a doua jumătate a anului, dar scenariul nostru de baza pentru economia României nu presupune o cadere brusca”, subliniaza **Simina Niculița** (foto), *Partner & Head of Retail Agency la*

Colliers.

Randamentele mari pe care le ofera piața locala comercianților, plus redresarea rapida din ultimele luni a vânzării de produse nealimentare, una dintre cele mai rapide din UE, au reus România pe harta retailerilor. Dupa o perioada de doi ani de liniște în contextul pandemiei, anul 2022 a fost marcat de o serie de noi intrari pe piața româneasca, cu o diversitate de branduri care, fie și-au deschis primul magazin în prima jumatate a anului, fie au anunțat deschideri noi în viitorul apropiat, branduri printre care se numara și Primark, Bath & Body Works, Foot Locker sau TEDI.

Gradul de neocupare din centrele comerciale ramâne relativ scazut în majoritatea cazurilor, la nivelul unei singure cifre, iar marile centre comerciale dominante au acum puține spații disponibile. În ceea ce privește chiriile, deși nivelul de baza a ramas neschimbat, iar proprietarii au fost nevoiți sa acorde unele reduceri, în special în 2020, dar și în 2021, situația a revenit treptat la normal. Cu toate acestea, chiriile procentuale anuale calculate în raport cu nivelul de vânzari ale retailerilor, ramân înca ușor sub nivelurile înregistrate înainte de pandemie, cu pâna la 5% sub acel nivel, în medie.

În prezent, România are un stoc total de retail modern de aproximativ 4 milioane de metri patrați, din care peste 2,7 milioane de metri patrați mall-uri, iar restul în principal parcuri de retail. Peste 60% din suprafața totala de retail modern este concentrata în primele 10 cele mai mari orașe (peste 200.000 de locuitori), deși ne așteptam ca decalajul sa se reduca odata cu livrarea proiectelor anunțate pentru urmatorii 2 ani, majoritatea fiind parcuri de retail în orașe mici și mijlocii.

„Momentan sunt peste 100.000 de metri patrați de noi proiecte de retail care vor fi livrate în a doua jumatate a anului, însa pe termen mediu încep sa prinda contur și proiecte mai mari. Totuși, chiar și cu aceste noi livrari de proiecte de retail care ar putea începe sa depășeasca 200.000 de metri patrați pe an, România, cu cei peste 4 milioane de metri patrați de centre comerciale și parcuri de retail, ramâne o piața cu o oferta subdimensionata. Și asta în comparație cu țările din Europa Centrala și de Est, mult in urma țarilor din Europa de Vest. Pentru un nivel de consum similar cu cel din Cehia și Polonia, stocul modern de retail pe cap de locuitor din România este de doua ori mai mic decât cel din Cehia și cu peste 40% mai mic decât cel din Polonia”, explica **Simina Niculița**.

Dat fiind ca pe piața noastra este înca prezent un numar relativ limitat de branduri fața de celelalte țari din regiune, acest context intern asigura înca o concurența limitata între retailerii și poate fi o explicație de ce România ofera unele dintre cele mai mari medii de vânzari din Uniunea Europeana. Prin urmare, consultantii Colliers se așteapta ca piata din România sa ramâna în continuare atractiva și sa vedem noi branduri intrând pe piața în urmatorii ani.