

Colliers: 2023 a fost unul dintre cei mai dinamici ani din ultimul deceniu în ceea ce privește livrarile pe piața de retail. 2024 anunța un interes sporit pentru proiectele mari cu destinație mixta



Anul 2023 s-a încheiat cu unul dintre cele mai bune rezultate din 2011 încoace în ceea ce privește livrarile de noi proiecte de retail, adaugând aproximativ 220.000 de metri patrați la suprafața totală de retail, mai mult decât dublu comparativ cu ultimii doi ani, potrivit raportului de piață anual publicat de Colliers. Atât pentru retaileri, cât și pentru proprietarii de centre comerciale, 2023 a fost, de asemenea, încă un an bun pentru vânzări, iar nivelul de profitabilitate din România continua să fie unul dintre cele mai ridicate din Uniunea Europeană. În paralel, consultanții Colliers observa un interes din ce în ce mai mare al dezvoltatorilor către proiecte de tip mall sau cu destinație mixta, de mari dimensiuni, în următorii ani.

Cele mai mari inaugurări din 2023 au fost mall-ul Promenada Craiova al NEPI Rockcastle (63.700 de metri patrați), care este, de asemenea, cel mai mare proiect de retail livrat în România de la ParkLake din București din 2016, urmat de parcul de retail AFI Europe din AFI Arad (29.400 de metri patrați) și de Carolina Mall din Alba Iulia deținut de Prime Kapital/MAS REI (28.900 de metri patrați). În general, distribuția arată mult mai echilibrată decât în trecut, apropiată, noile proiecte vizând atât orașele mari, inclusiv Bucureștiul, cât și orașele mai mici, care continua să fie în prima linie a expansiunii retailerilor. Consultanții Colliers menționează că au luat în considerare doar schemele comerciale care depășesc o suprafață totală închirială de 5.000 de metri patrați.

În prezent, România are un stoc total de retail modern de peste 4,3 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 totală de retail modern este concentrată în primele 10 cele mai mari orașe, cu peste 200.000 de locuitori.

„Începând cu prima jumătate a anului trecut, creșterea reală a salariilor, adică diferența dintre creșterea salariilor și cea a prețurilor, a revenit în teritoriu pozitiv. Până la sfârșitul lui 2023, creșterea salariilor de aproximativ 9% în termeni reali era deja comparabilă cu nivelurile de dinaintea pandemiei, ceea ce a avut un impact pozitiv asupra pieței și a încrederii consumatorilor și, prin urmare, asupra rezultatelor retailerilor și a cererii de pe piața de retail în general. Primele date din noiembrie și decembrie au arătat rezultate destul de solide și având în vedere relevanța acestora în business-ul anual al retailerilor putem spune că 2023 a fost un alt an bun atât pentru retaileri, cât și pentru proprietari. Pornind de la datele Eurostat, România oferea unele dintre cele mai mari marje de profit din UE pentru o varietate de tipuri de bunuri, de la îmbrăcăminte, la încălțăminte, la jucării și produse farmaceutice. În timp ce costul riscului este și el la un nivel mai ridicat decât în alte țări, iar acest lucru poate avea, de exemplu, consecințe asupra rezultatului final atunci când se contractează un împrumut, totuși considerăm aceste rezultate pozitive o confirmare a unei piețe încă insuficient acoperite din punct de vedere al schemelor de retail și o piață care mai poate primi noi jucători”, subliniază **Liana Dumitru**, Director Retail Agency la Colliers.

Totuși, consultanții Colliers notează ca, deși sentimentul general este bun în rândul participanților de pe piața, de la clienți și retaileri până la proprietari, consumatorii au devenit și ei mai atenți, așa cum se întâmpla de obicei în perioadele de incertitudini accentuate, mulți reorientându-se către produse cu prețuri mai accesibile. După ani de creșteri puternice ale prețurilor, discounterii au continuat să aibă performanțe bune în 2023 și ne așteptăm să își mențină această dinamică favorabilă și în viitor.

Altfel, randamentele pe care piața locală le oferă retailerilor, împreună cu revenirea rapidă a sectorului de retail după pandemie, una dintre cele mai rapide reveniri din UE, au repus România pe radarul retailerilor internaționali. Anul trecut au intrat în România branduri noi, precum Lefties, Jimmy Kay, Wittchen sau Stefanel (o reintrare, după ce brandul a ieșit complet de pe piața în 2021). Chiar dacă majoritatea vizează segmentul de moda, acesta nu este singurul beneficiar al noilor intrări, notează consultanții Colliers, explicând că piața este atractivă pentru o multitudine de segmente, ceea ce înseamnă că noi branduri ar trebui să își facă în continuare loc în România, de la îmbracaminte, la alimente, la încălțăminte, accesorii sau decorațiuni.

În ceea ce privește gradul de ocupare, centrele comerciale dominante și parcurile de retail bine poziționate își păstrează nivelul ridicat de închiriere, iar proiectele nou livrate sunt în general bine primite de piața. Referitor la chirii, deși vânzarile au încetinit, consultanții Colliers punctează faptul că vânzarile rămân considerabil peste nivelurile de dinaintea pandemiei.

Cu mai puțin de 90.000 de metri pătrați de noi proiecte moderne de retail anunțate în acest an, mai mult de jumătate din acest volum provenind de la un singur proiect - Argeș Mall din Pitești, se observă un declin față de anul trecut, cifra fiind comparabilă cu anii mai slabi de după începutul pandemiei. Dar perspectivele rămân încurajatoare, având în vedere că, între 2025-2028, câteva centre comerciale mari și dominante sunt așteptate să adauge câteva sute de mii de metri pătrați închiriabili la stocul modern de retail.

Iulius Group a anunțat inițial că mall-ul de la Cluj-Napoca va avea o suprafață totală închiriabilă de peste 100.000 de metri pătrați, iar un nou proiect în același oraș, realizat de asocieria Prime Kapital/MAS REI, va livra o suprafață închiriabilă de peste 70.000 de metri pătrați în următorii ani. În Iași, Prime Kapital/MAS REI va livra, de asemenea, o extindere de aproape 60.000 de metri pătrați la Moldova Mall până la sfârșitul lui 2025. Există, de asemenea, destul de multe alte proiecte mari în curs de execuție sau ale caror lucrări ar trebui să înceapă în curând, cu o suprafață totală închiriabilă între 30.000 și 50.000 de metri pătrați fiecare.

Cu toate acestea, România rămâne o piață cu o ofertă insuficientă nu numai în comparație cu țările din Europa de Vest, ci și cu țările din Europa Centrală și de Est. Pentru un nivel de consum/capita similar cu cel din Cehia și Polonia (în termeni de volum de produse și servicii achiziționate), stocul modern de retail pe cap de locuitor din România este de două ori mai mic decât cel din Cehia și cu peste 40% mai mic decât cel din Polonia. Cu toate acestea, în timp ce segmentele imobiliare din România rămân relativ deficitare în comparație cu alte țări europene (inclusiv cele din regiune), datele indică faptul că decalajul este mai mic pentru piața de retail decât pentru piețele de birouri sau industrială, în termeni relativi (pe cap de locuitor).

„În general, în pofida încetirii livrarilor noi în 2024 față de 2023, pipeline-ul pe termen mediu este unul foarte solid. În timp ce în anii precedenți dominau parcurile de retail, multe dintre acestea vizând orașele mici și mijlocii, observăm acum că revine apetitul dezvoltatorilor pentru proiectele de retail de dimensiuni mari, de tip mall sau proiecte mixte, care tind să aibă o amprentă investițională mai mare. Trebuie să recunoaștem, de asemenea, prezența tot mai mare a capitalului local pe partea de dezvoltare, oamenii de afaceri locali livrând tot mai multe proiecte. În plus, cesionarea portofoliului de parcuri de retail al Mitiska REIM, precum și eventualele vânzări de acest tip în viitor, ar putea consolida modelul „construiește, închiriaza, vinde,” și ar putea atrage și mai mult capital pentru extinderea retailului în România. Altfel, schimbarea de viziune către proiecte mai mari arată un apetit crescut pentru risc și încredere în parcursul pe termen lung al țării. Există încă loc pentru astfel de scheme

comerciale de mari dimensiuni în multe orașe mari, inclusiv în București, unde problema a fost mai degrabă aceea de a asigura locația potrivită cu o bună conectivitate la infrastructură”, adauga Liana Dumitru.

Consultanții Colliers anticipează o evoluție favorabilă pe termen mediu și pentru consumatori. Pe de o parte, se așteaptă ca inflația să continue să scadă după ce a încheiat anul 2023 la 6,6% și ar trebui să revină în intervalul țintă al băncii centrale de 1,5-3,5% până la sfârșitul anului viitor (dacă politica fiscală o permite). Între timp, activitatea economică ar urma să accelereze, ceea ce ar trebui să însemne crearea de locuri de muncă, iar acest lucru, la rândul său, îi va determina pe angajatori să plătească salarii mai mari pe o piață a forței de muncă relativ restrânsă. La modul general, consultanții Colliers se așteaptă la o accelerare a vânzărilor de retail în 2024-2025 comparativ cu 2023.