

Colliers: Livrarile de noi proiecte de retail din prima jumătate a anului au fost de peste trei ori mai mari decât în aceeași perioadă a anului trecut. Crește din nou interesul pentru investițiile în orașe mari și mall-uri regionale



**Primul semestru din 2024 a fost foarte dinamic în ceea ce privește livrarile de noi proiecte de retail, adăugând aproximativ 106.000 de metri pătrați la suprafața totală de retail, de peste trei ori mai mult decât în perioada similară a anului trecut, arată raportul de piață al Colliers privind evoluția pieței imobiliare în primele șase luni ale anului. Și a doua jumătate a anului se anunță activă, cu aproximativ 250.000 de metri pătrați în construcție. După ani de zile în care oferta nouă a fost dominată de parcuri de retail în orașe medii și mici, consultanții Colliers anticipează o reorientare a pieței de retail spre proiecte cu o amprentă investițională mai mare.**

Cele mai mari inaugurări din 2024 au fost Argeș Mall (51.400 de metri pătrați), noul proiect al Prime Kapital/MAS REI în Pitești, urmat de Aurora Mall în Giurgiu (13.500 de metri pătrați), dezvoltat de unul dintre cei mai activi dezvoltatori locali, Cometex, OK Shopping Center Bistrita (9.200 de metri pătrați) dezvoltat de asemenea cu capital românesc. În general, distribuția arată mult mai echilibrată decât în trecut, atât din perspectiva tipului de proiecte livrate, cât și a categoriei de orașe targetate. Consultanții Colliers remarca, de asemenea, o creștere a ponderii capitalului autohton investit în raport cu cel străin.

„Este o perioadă efervescentă pentru piața de retail, cu un număr considerabil de proiecte în diferite faze de dezvoltare, multe dintre ele în construcție, iar finalul lui 2024, stocul de proiecte ar putea depăși 4,6 milioane de metri pătrați. Analizând consumul, după ani de inflație ridicată, situația se îmbunătățește. Ocuparea forței de muncă și salariile cresc din nou mai rapid decât inflația, iar nivelul de încredere a consumatorilor, conform Eurostat, se apropie de maximele pre-pandemice. Indicele încrederii consumatorilor a depășit media istorică în iunie 2023, sugerând un optimism ridicat în piață. Contextul pieței muncii este suficient pentru a menține consumul la un nivel ridicat”, explică **Liana Dumitru**, *Director Retail Agency la Colliers*.

Creșterea apetitului consumatorilor din ultimele trimestre s-a reflectat la randul ei prin performanța retailerilor, care se bucură de o perioadă prosperă cu toate că la începutul anului, așteptările pentru 2024 erau mai rezervate. După ciclul inflaționist din 2021-2023, gospodăriile sunt ușor mai prudente în cheltuieli și caută să achiziționeze produse cu un raport calitate – preț cât mai avantajos, astfel încât brandurile mass-market și de discount rămân în continuare cele mai atractive. Segmentul alimentar este în continuare cel mai dinamic, cu un apetit extrem de ridicat pentru expansiune în 2024, intrând și nume noi în piață, cum ar fi lanțul de magazine Zabka din Polonia, care planuiește o expansiune rapidă cu conceptul Froo. Consultanții Colliers subliniază că există încă potențial de dezvoltare în majoritatea segmentelor de retail, randamentele brute în România fiind printre cele mai mari din Uniunea Europeană.

Noile proiecte au fost bine primite de piața și se observa în continuare un interes puternic din partea chiriașilor pentru deschiderea de magazine. Rata de neocupare rămâne scăzută în proiectele dominante, chiar cu liste de așteptare în unele dintre cele mai populare mall-uri.

O estimare preliminară pentru 2025 prevede aproximativ 200.000 de metri pătrați de noi livrări, incluzând extinderea Mall of Moldova în Iași de către Prime Kapital/MAS REI, cu 62.000 de metri pătrați. Astfel, România ar putea depăși pragul de 5 milioane de metri pătrați de spații de retail până la sfârșitul lui 2026, marcând o schimbare semnificativă în piața din perspectiva investitorilor.

„Se observa un interes tot mai mare al dezvoltatorilor pentru proiecte de tip mall sau cu destinație mixtă, de mari dimensiuni, în următorii ani. Presupunând că nu apar crize majore externe, consumatorul român pare într-o formă bună pentru a susține creșterea continuă a pieței de retail. Totuși, având în vedere creșterea recentă a inflației și incertitudinile globale, ne așteptăm ca gospodăriile să fie mai prudente, ceea ce înseamnă că marcele de masă și discounterii vor continua să obțină performanțe bune. Comparativ cu alte țări europene, România nu are un exces de ofertă, dimpotrivă, pe multe segmente fiind observat un deficit și o nevoie mai mare de diversitate”, conchide **Simina Niculita**, *Director | Partener | Retail Agency la Colliers*.