

## România conduce în creșterea retailului nealimentar din UE, cu un consum la maxime istorice; potential de expansiune semnificativ (analiza)

**Nivelul consumului a atins un maxim istoric în 2024, iar piata continua sa prezinte oportunitati importante de crestere, daca tendintele actuale se mentin, subliniaza expertii Colliers într-o analiza a pietei de retail.**

Potrivit unui comunicat al companiei, achizițiile de bunuri nealimentare au crescut cu aproximativ 13% anul acesta fata de anul anterior, ajungând la valori cu 60% mai mari decât media din perioada 2018-2019, conform Eurostat. România înregistrează o creștere de 58% a volumului cifrei de afaceri în comerțul cu amanuntul de bunuri nealimentare, cea mai mare din Uniunea Europeana, subliniind potentialul semnificativ de dezvoltare al pietei locale de retail.

Anul acesta au fost construite centre comerciale moderne cu o suprafață închirială totală de peste 160.000 de metri patrati, conform datelor preliminare citate de consultantii Colliers, care subliniaza ca piata locala înca ofera un potential semnificativ de crestere. Municipiul Pitesti s-a aflat în centrul atentiei în 2024, atragând aproape 45% din noile suprafete adaugate stocului national, care a ajuns la aproximativ 4,7 milioane de metri patrati. Performanta remarcabila a fost sustinuta de doua proiecte importante: Arges Mall, dezvoltat de Prime Kapital/MAS REI, si M Park Pitesti, realizat de Mitiska.

Noile proiecte au fost bine primite de piata si se observa în continuare un interes puternic din partea chiriasilor pentru deschiderea de magazine. Rata de neocupare ramâne scazuta în proiectele dominante, chiar cu liste de asteptare în unele dintre cele mai populare mall-uri. O estimare preliminara pentru 2025 prevede aproximativ 200.000 de metri patrati de noi livrari, incluzând extinderea Mall of Moldova în Iasi de catre Prime Kapital/MAS REI, cu 62.000 de metri patrati. Astfel, România ar putea depasi pragul de 5 milioane de metri patrati de spatii de retail pâna la sfârșitul anului 2026, marcând un moment important pe piata din perspectiva dezvoltatorilor si investitorilor.

"Rezultatele obtinute de diversi retaileri arata ca România livreaza constant fie cele mai bune, fie printre cele mai bune performante din Uniunea Europeana în ceea ce priveste marjele de profit. Acest aspect indica un nivel scazut al concurentei, ceea ce înseamna ca exista înca loc pentru noi jucatori pe piata. Perspectivele pentru retailul fizic sunt încurajatoare, sustinute de cresterea cheltuielilor de consum, scaderea ratelor dobânzilor, întarirea încrederii consumatorilor si avansul continuu al numarului de turisti. Stabilitatea regimului chiriilor si prognozele favorabile pentru acestea contribuie la mentinerea valorii pietei de retail si la dinamizarea activitatii investitionale. De asemenea, randamentele ridicate oferite de centrele comerciale reprezinta un factor cheie care va continua sa stimuleze revenirea investitiilor în anul urmator", explica Silviu Pop, Director ECE & Romania Research la Colliers.

Companiile din sectorul comerțului cu amanuntul din România au înregistrat în 2022 o marja operationala bruta de aproximativ 9%, potrivit datelor Eurostat, devansând usor tari precum Olanda, Germania si Polonia. Acest context favorabil a încurajat mai multe branduri internationale sa își deschida în 2024 primul magazin fizic în România, dupa ce anterior erau prezente doar prin magazine multi-brand sau prin vânzari online. Printre acestea se numara Rituals Cosmetics si Kiko Milano în domeniul cosmeticelor, Budmil si Bogner în zona fashion, dar si Happy Restaurants si Hesburger în sectorul restaurantelor. De asemenea, anul acesta si-a facut intrarea pe piata locala si cel mai mare retailer polonez alimentar cu concepte de proximitate, Zabka, prin brandul Froo.

În termeni reali, ajustati la rata inflatiei, datele Institutului National de Statistica evidentiaza o dublare a puterii de cumparare a salariatului mediu în România din 2014 pâna în prezent. Astfel, desi anii de pandemie au fost marcati de incertitudini, resursele acumulate în perioada anterioara au permis României sa obtina rezultate bune. Conform Eurostat, România a înregistrat o crestere de 58% a volumului cifrei de afaceri în comerțul cu amanuntul de bunuri nealimentare, fiind lider în Uniunea Europeana. Pentru comparatie, alte state, precum Polonia (+40%), Ungaria (+14%) si Cehia (+10%), au înregistrat o crestere considerabil mai mica.

"Aceasta evolutie subliniaza atractivitatea pietei de retail din România, care continua sa atraga jucatori internationali de renume. Observam ca sectorul comercial a redevenit interesant pentru achizitii. Nu doar în România, ci si la nivel international, investitorii își îndreapta tot mai mult atentia catre aceasta clasa de active, care si-a demonstrat rezilienta în perioada pandemiei. În cazul României, creșterile au continuat sa fie sustinute. Exista, asadar, un calendar relativ aglomerat de tranzactii în desfasurare, care implica active comerciale. În ultimii doi ani, sectorul de retail a reprezentat aproximativ 40% din totalul tranzactiilor de investitii din România", conchide Simina Niculita, director, partener, Retail Agency la Colliers.