

Conferința BREC | Interesul pentru mall-uri revine cu proiecte în lucru de peste 250.000 mp, în timp ce investitorii în retail park-uri lucrează la proiecte ce totalizează 500.000 mp



• După o perioadă plină de provocări, interesul pentru mall-uri revine, investitorii lucrând la proiecte noi sau extinderi, cu un total de peste 250.000 mp, ce vor fi livrați până în 2025 • Rezultatele din primul semestru al anului 2022 arată cifre de trafic mai mari pentru proprietarii de mall-uri față de 2019, anterior crizei sanitare • Retailul, componenta care aduce angajații înapoi la birou: în proiectele mixed-use, numărul celor care revin la birou este cu 15% mai mare decât în cazul clădirilor singulare office • Beneficiind de un format care nu a suferit de restricții pe durata pandemiei, retail park-urile își mențin atractivitatea, în prezent investitorii lucrând la proiecte ce totalizează 500.000 mp • Primark, JD Sports, Tedi, Fressnapf, Bath & Body Works, Foot Locker, Cyberjump, Popeyes și Poke House sunt brandurile nou intrate pe piața din România în 2022 • Fressnapf: românii cheltuie lunar 39 EUR pentru animalele de companie. Discounter-ul Pepco a depășit 400 de magazine în România • Proprietarii și chiriașii caută soluții de eficientizare, în contextul creșterii costurilor de energie.

După o perioadă plină de provocări, interesul pentru mall-uri revine, investitorii lucrând la proiecte noi sau extinderi, cu un total de peste 250.000 mp, ce vor fi livrați până în 2025 în orașe precum București, Iași, Craiova, Pitești sau Alba-Iulia. Noile proiecte vin în contextul creșterilor de trafic, care în 2022 au revenit la cele anterioare pandemiei, arată principalele concluzii ale evenimentului organizat ieri de BUCHAREST REAL ESTATE CLUB (BREC), The New Retail Conference.

”Brandurile care doresc să intre în România au ca destinație orașele mari, precum București, Iași, Timișoara și Cluj-Napoca. Brandurile consacrate se extind în orașele mijlocii și mici, iar noi suntem interesați și de zona de entertainment, fie că este pentru copii, sau pentru adulți. Mall-urile trebuie să devină destinații de entertainment, iar eu cred că vom vedea lucruri interesante în perioada următoare,” a declarat **Luciana Giurea**, General Manager, AFI Ploiești.

Sebastian Mahu, Head of Asset Management în cadrul Julius a menționat două tendințe în cazul proiectelor mixed-use: ”Acolo unde clădirile de birouri au și o componentă de retail am observat că numărul celor care revin la birou este cu 15% mai mare decât în cazul clădirilor care sunt strict office. A doua tendință arată că odată cu pandemia s-a schimbat un aspect pe care îl priveam ca dat și anume că apogeul vânzării era sâmbăta. În proiectele mixed-use, având în vedere că oamenii muncesc de acasă luna și vinerea, corelând activitățile de

weekend, am remarcat creșteri de trafic în zilele de miercuri și joi.”

Trendul proiectelor mixed-use se observa și în cazul One United Properties, care lucreaza la proiecte precum reabilitarea și modernizarea halei Ford în cadrul One Floreasca City sau One Cotroceni Park. ”Hala Ford va fi restaurata integral, fiind un monument de clasa A. Este un proiect destul de ambițios, costisitor, dar odata finalizat acest proiect, va creste valoarea cartierului, a patrimoniului orasului, și va deveni o destinatie unica în Bucuresti dar și România. În ceea ce priveste One Cotroceni Park, în prima faza a proiectului, 20.000 mp vor fi destinați zonei de retail, deservind nevoile angajaților și locatarilor din cadrul proiectului”, a declarat **Mihai Padurioiu**, CEO, Office Division, One United Properties.

Fressnapf, cel mai mare retailer european de produse pentru animale de companie, a intrat recent pe piața românească, cu un plan ambițios de expansiune: ”Am achiziționat SuperZoo și ne propunem ca până la finalul anului să avem 14 magazine operaționale pe piața din România”, a declarat **Cristinel Petrescu**, Director de Expansiune, Fressnapf, la conferința BREC, adăugând: ”Cifrele noastre arata ca un român cheltuie în medie 39 de Euro lunar pentru animalele de companie, în timp ce în Polonia indicatorul este la 26 de Euro, iar în Ungaria la 42 de Euro.”

”Avem un total de 65 de magazine, dintre care 51 în România și 14 magazine externe, în Polonia, Ungaria, Bulgaria și Cehia. Decizia de a ne extinde pe piețele externe a fost luata în 2019, iar pe durata crizei sanitare am observat o flexibilitate mai mare din partea proprietarilor de pe piața românească”, a explicat **Lilian Furtuna**, Global Expansion Director, Teilor, în cadrul conferinței BREC. |

Retail park-urile au reprezentat un format avantajat în pandemie, datorita accesului direct în magazine și a restricțiilor limitate. Interesul pentru dezvoltarea acestor tipuri de produse s-a menținut, astfel încât la finalul anului 2021 suprafața totală a ajuns la 120.000 mp, iar estimarea pentru următorii trei ani este de până la 500.000 mp, așa cum arata datele Fortim Trusted Advisors, prezentate în cadrul conferinței BREC.

Fluctuația chiriilor este destul de redusă în retail park-uri, conform lui Klaus Reisenauer, Partner în cadrul Oasis Group, un jucător cu experiența îndelungată pe acest segment de piața, ce are în lucru un proiect de 80.000 mp la Sibiu și două proiecte de dimensiuni mai mici la Lugoj și în proximitatea Bucureștiului, la Balotești. ”Vedem potențial pentru branduri noi pe segmentul *drugstores*, dar și pe cel de încălziminte”, a mai spus el.

”În România am depășit pragul de 400 de magazine, deschidem atât în retail park-uri, cât și în mall-uri, dar și în spații vechi, pe care le modernizăm. Ca să înțelegeți potențialul, în Polonia avem peste 1.000 de magazine, este important pentru noi să fim cât mai aproape de cumpărătorii noștri” a explicat **Catalin Secareanu**, Director de Expansiune pentru Pepco în România.

Atât proprietarii cât și chiriașii prezenți la conferința au subliniat importanța relației de parteneriat între cele două părți precum și a identificării de comun acord a soluțiilor care să îi ajute să depășească perioadele dificile, așa cum a fost criza sanitară, sau, în prezent, problema costurilor explozive la energie.