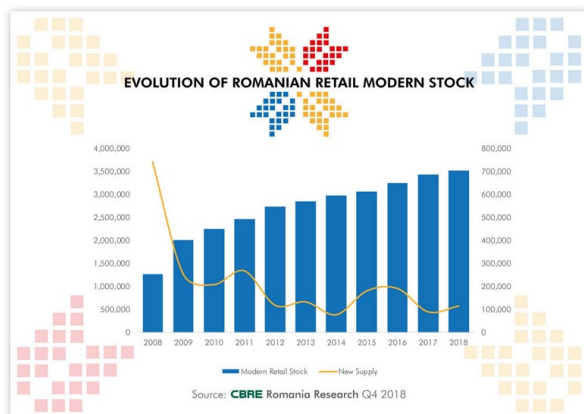


CBRE: În 2018 s-au livrat cu circa 30% mai multe spații comerciale față de 2017



CBRE, liderul mondial și național pe piața de consultanță imobiliară, a anunțat datele referitoare la evoluția pieței spațiilor comerciale, în 2018. Astfel, anul trecut au fost livrate spații comerciale care însumează 115.000 m2, cu 28% mai mult decât în 2017, dintre care majoritatea sunt situate în parcuri comerciale de dimensiuni mici și medii.

Conform reprezentanților CBRE, una dintre cele mai puternice tendințe manifestate pe acest segment al pieței imobiliare este majorarea ponderii componentei online. În 2018 s-au înregistrat cu 30% mai multe vânzări prin intermediul canalelor online, față de 2017, dar România este în continuare mult în urma piețelor vestice, din acest punct de vedere. Creșterea vânzărilor online este responsabilă pentru extinderea spațiului a numeroase magazine, care au început să funcționeze și ca showroom-uri. Din stocul total de spații comerciale moderne, 32% sunt situate în capitală, iar 68% se găsesc în restul țării. Centrele comerciale au o pondere de 58% din totalul spațiilor, rămânând formatul de retail preferat de dezvoltatori, iar 42% se constituie din parcuri comerciale. Un alt trend care a fost observat în 2018 este concentrarea interesului investitorilor către orașe regionale mai mici, de rang secundar sau chiar terțiar, cum sunt Satu Mare, Baia Mare, Roman sau Bistrița.

Cele mai mari trei proiecte de spații comerciale din 2018 au fost construite în a doua jumătate a anului și totalizează o suprafață închirială de 71.000 m2, după cum urmează:

- Centrul comercial Shopping City Satu Mare, se întinde pe circa 29.000 m2 - dezvoltat de NEPI Rockcastle;
- Parcul de retail Value Center din Baia Mare, ocupă 22.500 m2 - dezvoltat de Prime Kapital;
- Parcul de retail Value Center din Roman, are o suprafață închirială de 19.500 m2 - dezvoltat de Prime Kapital.

Proiectele comerciale terminate anul trecut sunt de dimensiuni mici și medii. Tendința principală a fost de dezvoltare de proiecte mici, majoritatea celor livrate în 2018 având dimensiuni care se încadrează între 1.500 m2 și 9.000 m2. Printre direcțiile majore de dezvoltare remarcate în 2018, se numără și deschiderea de micro centre în interiorul orașelor, operate de rețelele de hypermarketuri, care încearcă astfel să fie mai aproape de clienții lor. În a doua jumătate din 2018, Auchan a ajuns la 19 unități marca MyAuchan, iar acest curent va fi probabil urmat, în 2019, și de alte lanțuri de magazine mari.

În ceea ce privește gradul de penetrare al categoriei, calculat pentru orașele cu peste 300.000 locuitori, clasamentul este condus de Constanța, cu 582 m2 spații comerciale la mia de locuitori, urmată de București (545 m2/ 1.000 locuitori), Cluj-Napoca (488 m2/ 1.000 locuitori), Timișoara (461 m2/ 1.000 locuitori) și Iași (420 m2/ 1.000 locuitori).

De asemenea, 2018 a fost un an cu o activitate intensă și din punctul de vedere al intrării a 23 de noi mărci pe piața locală, de la Hugo Boss sau Tag Heuer, cunoscuta marcă de ceasuri elvețiene, care a deschis în 2018 în București singurul magazin monobrand din Europa de Est, până la Miniso, retailer japonez de produse pentru casa și accesorii, retailerul vestimentar german KiK, Comma, retailerul vestimentar internațional sau Camicissima, brandul italian de cămăși barbătești. Dintre mărcile nou intrate în România, 79% au preferat magazine situate în centre comerciale, în timp ce doar 21% au optat pentru amplasări stradale. În afara de numeroasele deschideri, în 2018 am asistat și la ieșirea a trei branduri din România: Lancel, Armani Jeans și Gusto Dominium.

Pentru 2019 a fost anunțată finalizarea a aproximativ 270.000 m² spații comerciale, dintre care 11% se vor afla în București, iar 70% vor fi situate în centre comerciale. Dintre cele 12 proiecte comerciale care sunt în prezent în construcție, cele mai mari, din punct de vedere al suprafeței dezvoltate, sunt: Openville Timișoara cu 47.000 m², Festival Centrum Sibiu cu 43.000 m², Shopping City Târgu Mureș cu 32.600 m², Târgoviște Mall cu 31.300 m², DN1 Balotești cu 28.000 m², extinderea Electroputere Parc din Craiova, cu 22.100 m² și extinderea proiectului Colosseum din București cu 20.000 m².

“2018 a fost un an bun pentru segmentul spațiilor comerciale, care traversează o perioadă fastă, sprijinită în principal de creșterea consumului. Creșterea componentei online are una dintre cele mai puternice influențe, care a impulsionat atât majorarea vânzărilor, cât și modul în care arată și funcționează magazinele. Astfel, magazinele își măresc spațiul și îl utilizează nu doar ca punct de vânzare fizică, dar și ca showroom, susținând în acest mod comerțul online. De asemenea, magazinele încearcă să ofere un mediu mai prietenos, centrat pe experiența utilizatorului, cu un accent ridicat pe serviciile oferite. O altă tendință care se manifestă de câțiva ani este numărul mare de extinderi ale centrelor sau parcurilor comerciale. Spre exemplu, 24% dintre spațiile comerciale care sunt acum în construcție și au date de livrare programate pentru 2019, reprezintă extinderi ale unor proiecte existente”, a declarat **Carmen Ravon**, *Head of Retail Leasing al CBRE Romania*.

În 2018, chiria prime (chiria de referință pentru 100 m² în proiecte de clasă A, amplasate în cele mai bune zone) pentru centrele comerciale s-a situat în medie la 80 euro/ m², iar în cazul parcurilor comerciale a oscilat între 8 și 15 euro/ m². Chiria prime în cazul unităților de retail stradale a fost în medie de 55 euro/m². Specialiștii CBRE se așteaptă ca prețul chiriilor să rămână stabil în perioada următoare, dând astfel posibilitatea jucătorilor de pe piața spațiilor comerciale să absoarbă noile proiecte a căror dezvoltare va fi demarată în curând sau care sunt deja în construcție.

Printre cei mai activi dezvoltatori ca număr de proiecte livrate, a fost Prime Kapital, responsabil pentru șase proiecte de spații comerciale, finalizate în 2018.