

Colliers: Aproape o treime dintre retaileri au avut vânzări similare sau mai mari comparativ cu 2019, deși 85% dintre aceștia au înregistrat o scădere a traficului anul acesta



Retailul a fost probabil unul dintre cele mai afectate segmente ale sectorului imobiliar, având în vedere blocajul din timpul stării de urgență, dar acum consumul este deja peste nivelul maxim înregistrat înaintea crizei, deși într-o structură diferită. Toți jucătorii din retail, care au și vânzări online, se așteaptă ca acest canal să genereze un procent mai mare din cifra de afaceri în 2020 comparativ cu 2019, un sfert dintre respondenți estimând creșteri chiar și de peste 50%, potrivit unui sondaj realizat de Divizia Retail a Colliers International, în rândul a peste 40 de chiriași și proprietari din sectorul de retail din România.

Pentru majoritatea respondenților (85%), traficul din magazine a fost mai mic în al treilea trimestru comparativ cu aceeași perioadă din 2019, unii raportând scaderi și de 40% a numărului de clienți care au intrat în magazine în ultimele luni, cifre mai mult sau mai puțin în linie cu alte valori cum ar fi Indicatorii Google de mobilitate, care arată ca traficul din toate zonele de retail și de divertisment a fost, în medie, cu cel puțin 20% sub indicele de referință stabilit în septembrie. Cu toate acestea, 15% dintre respondenți, cu activitate în principal în domenii precum alimentație, discount sau decorațiuni interioare, au observat o creștere sau menținerea la nivel constant a traficului de la an la an.

În ceea ce privește vânzarile, 27% dintre respondenți au declarat că vânzarile din perioada iulie-septembrie au crescut sau au rămas la un nivel similar celor din aceeași perioadă a anului trecut, ceea ce înseamnă că, deși mai puțini oameni intra în centrele comerciale, ei cheltuiesc mai mult acum într-o sesiune de cumpărături decât în trecut. De asemenea, retailerii prezenți mai degrabă în unități de tip retail park au fost mai puțin afectați, reușind să mențină traficul și vânzarile la un nivel mai ridicat.

Pe fondul stării de urgență, când magazinele au fost închise, 42% dintre retaileri se așteaptă ca cifra de afaceri din 2020 să fie mai mică decât în 2019 cu 30 până la 50%. Cu toate acestea, există și categorii de retaileri care au fost mai puțin afectați și se așteaptă ca volumul total al vânzărilor să crească în 2020, precum cei din zona de retail alimentar (hipermarketuri/supermarketuri), bricolaj, decorațiuni pentru casa sau articole sportive. Mai mult, companiile caută canale alternative pentru a-și crește vânzarile, rezultatele sondajului Colliers arătând că 1 din 2 retaileri dorește să își sporească prezența online, doar 10% dintre respondenți doresc să-și reducă prezența în mediul offline, în timp ce majoritatea se concentrează pe vânzări omnichannel și pe o combinație între serviciile din magazin și cele online. De asemenea, majoritatea retailerilor cu planuri de expansiune intenționează să-și extindă prezența în parcurile de retail și în centrele comerciale dominante.

„Dinamica vânzărilor online este destul de impresionantă: cel puțin una din patru companii cu prezență online se

așteapta la o creștere a vânzarilor de cel puțin 50% prin acest canal. În general, retailerii de fashion se numara printre cei mai susceptibili sa se aștepte la creșteri accentuate ale vânzarilor online, dar asta nu înseamna ca alte sectoare ramân în urma. Mai mult, diversitatea va fi probabil noua tendința, întrucât retailerii și proprietarii de spații de retail își pot direcționa interesul catre proiectele bazate pe proximitate sau catre parcuri de retail și, într-o oarecare masura, catre retailul stradal. Per ansamblu, urmatorii câțiva ani vor fi cu siguranța interesanți și, cel mai probabil, vom vedea noi concepte de magazine și/sau noi moduri de operare dupa adaptarea la noua realitate”, spune **Simina Niculița**, *Partner & Head of Retail Agency la Colliers International*.

Ponderea retailerilor care raporteaza o cifra de afaceri totala mai mica de 5% din comerțul electronic este aproape la jumătate, pe baza estimarilor companiilor, doar 36% dintre respondenți așteptând un impact oarecum limitat asupra veniturilor lor din vânzarile online în 2020. Pe de alta parte, numarul companiilor care spera ca online-ul sa genereze cel puțin 20% din veniturile lor a crescut la 30% dintre respondenți, de la 21% în sondajul similar desfășurat de Colliers la începutul acestui an.

În ceea ce privește chiriile, majoritatea chiriașilor din spațiile de retail se așteapta la o scadere a chiriilor anul viitor, ceea ce ar putea sugera ca spera la o modalitate prin care sa împarta efectele acestui an dificil cu proprietarii de spații de retail și sa primeasca sprijin până când vânzarile și traficul vor reveni la normal. De partea proprietarilor de spații de retail, aproape 90% așteapta ca veniturile sa ramâna constante sau chiar sa creasca, potrivit sondajului Colliers privind estimările pentru venitul operațional în 2021, pe fondul menținerii operațiunilor pe tot parcursul anului și scaderii numarului de retaileri care au nevoie pe termen scurt de reducerea chiriei.

În general, jucatorii din segmentul de retail par a fi puțin mai pesimiști decât cei din alte segmente ale pieței imobiliare, cum ar fi birourile sau industrialul, dar acest lucru se explica prin impactul pe care pandemia l-a avut asupra acestui sector. Astfel, 2 din 3 respondenți se așteapta sa revina la un nivel satisfactor al afacerilor lor până la sfârșitul anului 2021.