

Colliers: Vânzarile retailerilor de produse nealimentare au revenit la nivelul de dinainte de criza provocata de Covid-19, chiar daca magazinele au fost închise



2020 a fost cel mai dificil an pentru retailul românesc de la recesiunea din 2009-2010 încoace, cu centre comerciale complet închise în primavara timp de doua luni, dar impactul general ramâne inegal. Retailerii care aveau deja magazine online au fost câștigatori, având în vedere ca vânzarile online au crescut cu aproximativ 30% în primele 9 luni ale acestui an, ceea ce a contribuit la revenirea vânzarilor globale la nivelurile anterioare Covid-19. În același timp, sectorul non-alimentar a înregistrat creșteri de 4%, potrivit raportului "ExCEEDing Borders. Retailul în pandemie în țările din regiunea CEE-17", publicat de Colliers International.

Cu o piața a muncii într-o forma destul de buna - creștere modesta a șomajului, creșterea salariilor ramâne pozitiva, deși mai lenta decât înainte de criza -, industria retailului din România a început sa-și revina și a înregistrat chiar o tendința pozitiva. În prezent, consumul este deja peste nivelul maxim înregistrat înainte crizei, deși într-o structura diferita. Cheltuielile au migrat de la unele categorii, cum ar fi îmbracamintea, la altele, precum articolele de uz casnic și articole sportive. Alte cinci țari din regiune - Estonia, Lituania, Polonia, Serbia și Slovacia-, au reușit aceeași performanța, adica depășirea nivelurilor lor de vânzari ante-Covid.

Consultanții Colliers observa o creștere brusca a activității consumatorilor în segmentul comerțului electronic, care a devenit un element fundamental al transformării continue a retailului, alaturi de dezvoltarea tehnologiei și schimbarile în comportamentul consumatorilor. De asemenea, s-a înregistrat o creștere semnificativa a numarului de persoane cu vârsta de peste 55 de ani care trec acum de la cumparaturi în magazinele fizice la magazinele online.

„Pandemia i-a obligat pe retaileri sa se adapteze noii realități în doar câteva saptamâni, ceea ce a însemnat îmbunătățiri operaționale, concentrându-se pe marketingul online sau lansarea vânzarilor online de la zero, colaborarea cu companiile de livrare sau supermarketurile ca locuri de colectare a comenzilor, implementarea masurilor de siguranța, corelarea stocului cu cererea în schimbare etc. Acest lucru duce la o recuperare relativ rapida a vânzarilor dupa blocajul din timpul starii de urgența și chiar la o ușoara creștere a vânzarilor pentru anumite categorii, cum ar fi produsele alimentare, produsele de uz casnic, articolele sportive sau produsele cosmetice. Aceștia sunt comercianții prezenți de obicei în parcurile de retail sau în unitați independente, astfel încât performanța acestui tip de scheme nu a fost aproape deloc afectata de Covid-19. Investitorii au recunoscut acest lucru și s-au concentrat mai mult pe acest tip de produs de investiții, ceea ce duce la creșterea cererii pe acest segment și la o ușoara compresie a randamentelor în marile orașe”, spune **Simina Niculița**, *Partner & Head of Retail Agency la Colliers International*.

Totuși, în centrele comerciale traficul este semnificativ sub nivelul de anul trecut, dar valoarea medie a bonului de cumparaturi pentru cei care intra în mall-uri a crescut. Mai exact, raportul exCEEDing Borders al Colliers International arata o scadere cu 40% a vizitelor lunare la centrele comerciale în prima jumătate a lui 2020, comparativ cu 2019. În prezent, în România exista 89 de centre comerciale moderne, cu o suprafața disponibilă pentru închiriere de 2,77 milioane metri patrați.

„Deși obiceiurile consumatorilor au fost afectate de pandemie, oferta de spații comerciale din România a crescut. În prima jumătate a anului a fost inaugurat un parc de retail, în Miercurea Ciuc, cu puțin sub 12.000 de metri patrați. În timp ce mai multe proiecte de retail au fost întârziate pe fondul stării de urgență, altele au continuat să avanseze, cum este Shopping City Târgu Mureș al NEPI (aproape 40.000 mp), finalizat în iulie, iar AFI Brașov (45.000 mp) și Dâmbovița Mall al Prime Kapital (33.000 mp) au fost deschise cu mici întâzieri, în toamna. În perioada imediat următoare ne așteptăm să vedem cea mai mare parte a investițiilor în centre și parcuri de retail mai mici și proiecte de conveniență”, precizează **Simina Niculița**.

În general, pandemia Covid-19 a influențat atât funcționarea, cât și dezvoltarea piețelor imobiliare de retail la nivel mondial, precum și în țările CEE-17. Restricțiile guvernamentale impuse funcționării magazinelor, punctelor de servicii, gastronomiei, divertismentului și agrementului au condus la o creștere dinamică a vânzării de comerț electronic și la schimbări în comportamentul consumatorilor. Toate acestea au dus la o scădere cu 20-45% (în funcție de țară) a traficului în centrele comerciale, comparativ cu datele de la mijlocul anului 2019.

A existat în schimb o creștere a numărului de formate mici de centre comerciale și parcuri de retail, considerate atât de către dezvoltatori, cât și de către chiriași, drept investiții profitabile, iar de către consumatori ca fiind locuri apropiate și sigure pentru cumparaturi. În prezent, exista aproximativ 670 de astfel de centre mai mici care funcționează în țările CEE-17, cu o suprafața totală disponibilă pentru închiriere de 6 milioane de metri patrați. În total, în regiunea CEE-17, exista aproape 1.670 de centre comerciale, care ocupa 34,6 milioane de metri patrați, ceea ce este comparabil cu dimensiunea medie a unuia dintre sectoarele Bucureștiului.