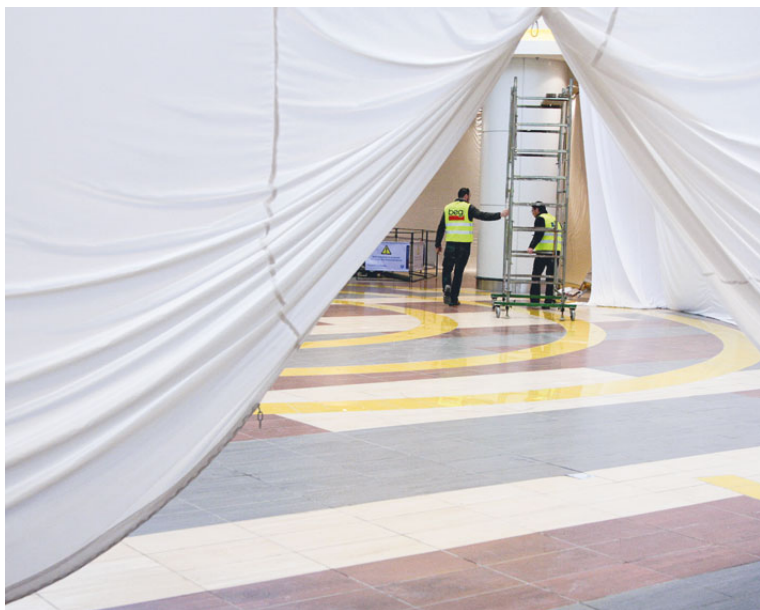


Colliers: În 2022 s-a înregistrat cel mai mic volum de proiecte de retail livrate din 2014 încoace, dar 2023 va stabili recordul ultimului deceniu



Anul 2022 a fost marcat de puține livrări de noi proiecte moderne de retail, completând suprafața totală existentă cu doar 77.000 de metri pătrați, ceea ce reprezintă aproximativ jumătate din livrările estimate inițial și o scădere substanțială comparativ cu cei 102.000 de metri pătrați înregistrați în 2021, arată raportul anual publicat de Colliers. Dar 2023 se prefigurează a fi un an cu un ritm susținut de proiecte noi. Cu livrări programate de aproximativ 260.000 de metri pătrați, anul acesta s-ar putea dovedi a fi cel mai efervescent în materie de noi proiecte din 2011 încoace. În ceea ce privește vânzarile, majoritatea categoriilor de retail au înregistrat rezultate bune în 2022, iar nivelul de profitabilitate din România rămâne unul dintre cele mai ridicate din Uniunea Europeană.

Cel mai mare proiect livrat în 2022 a fost extinderea Colosseum Mall din București (16.500 de metri pătrați), urmată de Scallier's Funshop Retail Park din Timișoara (10.800 de metri pătrați). Cea mai mare parte a livrărilor a constat în scheme de tipul parcurilor de retail, iar aproape jumătate din suprafața totală a spațiilor noi a rezultat din extinderea proiectelor de retail existente.

În prezent, România are un stoc total de retail modern de aproximativ 4 milioane de metri pătrați, din care peste 2,7 milioane de metri pătrați sunt centre comerciale tradiționale, iar restul preponderent parcuri de retail. Peste 60% din suprafața totală de retail modern este concentrată în primele 10 cele mai mari orașe, cu peste 200.000 de locuitori, deși ne așteptăm ca decalajul dintre orașe să se reducă odată cu livrarea proiectelor anunțate pentru următorii 2 ani, majoritatea fiind parcuri de retail în orașe mici și mijlocii.

„În ciuda așteptărilor noastre precaute și a multor factori de nesiguranță care au planat asupra pieței anul trecut, precum creșterea dobânzilor, a inflației, a costului energiei, am văzut un consum robust, o piață a muncii puternică și un interes crescut de angajare din partea companiilor. Chiar numărul de angajați din economie a atins anul trecut un nivel record, au fost creșteri salariale de două cifre, ceea ce s-a reflectat în mod pozitiv asupra pieței și a încrederii consumatorilor, implicit asupra performanței retailerilor și a cererii pe piața de retail. În plus, perioada Craciunului a fost una foarte profitabilă, care a compensat cu mult lunile anterioare. Este de remarcat faptul că luna decembrie reprezintă, de obicei, între 20 și 30% din veniturile anuale ale multor retailerilor. În ceea ce privește obiceiul de consum, oamenii au continuat să achiziționeze același volum de produse și servicii (sau chiar mai mare) în comparație cu anii precedenți”, subliniază **Simina Niculița**, Partner & Head of Retail Agency la Colliers.

Totuși, consultanții Colliers observa ca, deși sentimentul general în piața, pornind de la clienți și retaileri și pâna la proprietari, este pozitiv, consumatorii par sa fi devenit mai atenți, așa cum se întâmpla de obicei în perioadele de incertitudini accentuate, iar unii dintre ei s-au orientat catre o categorie de bunuri cu prețuri mai mici.

Altfel, randamentele mari pe care le ofera piața locala retailerilor, printre cele mai mari din UE, plus revenirea rapida a consumului odata cu venirea verii, dupa ridicarea restricțiilor provocate de pandemie, au repus România pe harta retailerilor. Dupa o perioada de doi ani de liniște în contextul pandemiei, anul 2022 a fost marcat de o serie de noi intrari pe piața româneasca, o diversitate de branduri care, fie și-au deschis primul magazin (Primark, TEDI, Foot Locker, JD Sports sau Bath & Body Works), fie au anunțat deschideri noi în viitorul apropiat. Alți retaileri, cum ar fi Holland & Barrett sau Uniqlo, sunt de asemenea cu ochii pe piața locala, dar și alte concepte/marci vizeaza România, de la produse alimentare la moda și frumusețe, de la discounteri pâna la diferite categorii de produse de lux.

În ceea ce privește gradul de ocupare, centrele comerciale dominante și parcurile de retail bine poziționate își pastreaza gradul de ocupare ridicat, unele dintre ele având chiar o lista constanta de companii care așteapta sa își deschida magazinul acolo. Mai mult, în timp ce nivelul de baza al chirilor a ramas neschimbat, vânzarile au depășit nivelul din 2019 în multe cazuri, ceea ce demonstreaza consolidarea pieței de retail.

„Perspectivele pe termen scurt pentru piața de retail depind de gradul în care creșterea vânzrilor estimata pentru 2023 va compensa creșterea inflației și a costurilor mai mari cu serviciile de administrare a proprietăților. Faptul ca cea mai mare parte a proiectelor care urmeaza sa fie realizate în urmatorii ani sunt parcuri de retail, un tip de proiecte care ofera o flexibilitate mai mare în procesul de dezvoltare, asigura un grad mai mare de încredere ca aceste proiecte se vor realiza în pofida creșterii costurilor de construcție. Parcurile de retail anunțate ramân în mare parte concentrate în orașele medii și mici, chiar orașe cu o populație mai mica de 50.000 de locuitori, dar cu o economie activa și fara proiecte moderne de retail. În ceea ce privește centrele comerciale de mari dimensiuni, NEPI Rockcastle va livra, spre sfârșitul anului, Promenada Mall Craiova, cu aproape 64.000 de metri patrați, acesta fiind cel mai mare proiect livrat în România de la deschiderea ParkLake București, din 2016”, adauga **Liana Dumitru**, *Director Retail Agency la Colliers*.

Totuși, chiar și cu aceste noi livrari, care ar putea începe sa depășeasca 200.000 de metri patrați pe an, România, cu cei peste 4,1 milioane de metri patrați de centre comerciale și parcuri de retail, ramâne în urma țărilor din Europa Centrala și de Est și chiar în urma țărilor din Europa de Vest. Pentru un nivel de consum/ capita similar cu cel din Cehia și Polonia (în termeni de volum de produse și servicii achizitionate), stocul modern de retail pe cap de locuitor din România este de doua ori mai mic decât cel din Cehia și cu peste 40% mai mic decât cel din Polonia.

În perspectiva, consultanții Colliers pastreaza o abordare prudent-optimista în ceea ce privește evoluția economica a României, în funcție de care vom vedea și evoluția pieței de retail în 2023. Atâta timp cât economia locala ramâne suficient de solida, iar pe piața muncii nu vom vedea disponibilizari masive, veniturile și implicit nivelul consumului vor ramâne la un nivel ridicat. Un lucru pozitiv pentru piața, concluzioneaza consultanții Colliers, este ca în ultimii 2-3 ani, diferite proiecte de retail, precum centrele comerciale Cora, Vitantis sau River Plaza Râmnicu Vâlcea, au intrat în administrarea unor noi proprietari, ceea ce ar putea duce, în timp, la o reechilibrare a portofoliilor în piața.