

## Centre comerciale

### În 2013 revin pe piață marile centre comerciale



Carmen Ravon, Senior Consultant în cadrul departamentului de Retail al companiei Jones Lang LaSalle.

**Chiar dacă anul acesta** nu se vor construi neapărat mai mulți metri pătrați de spații de retail, revin pe piață marile centre comerciale. Potrivit companiilor de consultanță imobiliară, în 2013 vor fi dați în folosință în jur de 130.000-160.000 metri pătrați de spații de retail în centre moderne. Astfel, în 2013 vor fi construite proiectele Promenada Mall și Vulcan Value Retail Center în București, iar în țară AFI Palace Ploiești, Coresi Shopping City - faza I, în Brașov, Brașov Shopping City, Corall Brașov, Uvertura Mall Botoșani, Corall Constanța și Cora Slobozia.

Uvertura Botoșani urmează să se deschidă în această primăvară, iar Promenada Mall București, Vulcan Retail Center, Corall Constanța și Corall Brașov în toamnă. În Brașov, oraș care nu are niciun centru comercial de mari dimensiuni, va începe construcția proiectului Coresi, dezvoltat de Immochan și a Shopping City Brașov, dezvoltat de NEPI și Carrefour Property, menționează Răzvan Sin, Head of Retail Department DTZ Echinox.

În comparație, proiectele livrate anul trecut au vizat mai ales hipermarketuri cu galerii mici, de până la 6.000 de metri pătrați. În acest caz, principalul motiv îl constituie timpul îndelungat necesar pentru dezvoltarea unui "shopping mall". Astfel, în 2012 a fost finalizat un singur centru comercial de acest tip, și anume Ploiești Shopping City, precizează Luiza Moraru, Head of Retail Department CBRE România.

În prezent, piața din România trece printr-un proces de consolidare. Un exemplu în acest sens este tranzacția Auchan – Real (n.r. preluarea celei mai mari părți din rețeaua de hipermarketuri Real de către

Auchan) sau preluarea unor rețele locale de supermarketuri de către cele internaționale prezente în România. „Dezvoltatorii iau acum în calcul sustenabilitatea și condițiile actuale și viitoare ale pieței atunci când vizează realizarea de noi proiecte de retail”, menționează doamna Moraru.

„Din discuțiile avute cu diferiți retaileri, anul 2013 este perceput ca un an de tranziție către mai bine. Cu toate că nu sunt așteptări mari în privința creșterii afacerilor, majoritatea rețelelor de retail și-au restructurat deja operațiunile, sunt stabile și se gândesc la reînceperea expansiunii. De asemenea, ne întâlnim cu retaileri internaționali care analizează piața din România și sunt interesați de deschiderea de magazine în București și în principalele orașe din țară”, afirmă Carmen Ravon, Senior Consultant în cadrul departamentului de Retail al companiei Jones Lang LaSalle.

„Dacă în trecut eram obișnuiți cu inaugurarea a 3 - 4 proiecte de retail cu suprafețe mari (peste 30.000 mp închiriable) în fiecare an, în prezent situația s-a schimbat și se livrează din ce în ce mai puține proiecte”, remarcă Răzvan Sin, Head of Retail Department DTZ Echinox.

În opinia sa, scăderea ofertei de spații comerciale noi

Luiza Moraru - Head of Retail Department CBRE România.



Răzvan Sin, Head of Retail Department DTZ Echinox.

este determinată, în primul rând, de diferențele mari între așteptările retailerilor și nevoile dezvoltatorilor. În condițiile în care retailerii au devenit foarte precauți și nu mai au disponibilitatea să împartă riscul cu proprietarii, „În prezent este foarte dificilă dezvoltarea unui centru comercial veritabil, care presupune o construcție costisitoare”, apreciază Răzvan Sin.

Lipsa finanțării sau costurile ridicate ale acestora, precum și gradul de saturare la care au ajuns majoritatea orașelor sunt și ele piedici în calea dezvoltării unor noi proiecte de retail.

În țară sunt puține orașe fără un centru comercial modern, iar majoritatea orașelor au deja două astfel de centre, completează domnul Sin.

### Cererea depășește oferta de noi centre comerciale

Chiriile practicate pentru spațiile de retail au cunoscut o stabilizare în 2012 și nici pentru 2013 nu se întrevăd fluctuații majore. O ușoară creștere a chiriilor s-ar putea produce totuși în cazul spațiilor comerciale "prime", căutate de majoritatea brandurilor internaționale. Pentru a-și mări cota de piață, retailerii vor fi în continuare în căutare de locații noi, dar acestea trebuie să fie "prime". Astfel, centrele

comerciale mari vor înregistra o ușoară scădere a ponderii spațiilor neocupate, însă vor trebui să facă eforturi pentru a păstra un mix de retaileri atractiv. Aceasta deoarece retailerii sunt însă extrem de precauți și nu fac compromisuri atunci când aleg o locație, indiferent cât de bună este oferta comercială. "Negocierea condițiilor se face la sânge", subliniază Carmen Ravon,

Atât chiria "prime", cât și randamentul "prime" se stabilizaseră la finalul anului 2012 la 50 euro pe mp, respectiv 8,75 %, menționează Luiza Moraru.

În opinia sa, cererea de pe piața de retail din România este încă ridicată și poate să absoarbă noi spații. „Nu ne așteptăm la creșteri considerabile ale ratei de neocupare nici în 2013, în ciuda livrării de noi spații comerciale. Cererea încă excede oferta”, mai spune doamna Moraru.

Pe de altă parte, oferta scăzută de centre comerciale noi determină consolidarea proiectelor existente. Acestea își îmbunătățesc ușor mixul de chiriași, iar chiriile sunt în stagnare sau într-o ușoară creștere față de ultimul trimestru al anului trecut. Se înregistrează, de asemenea, o scădere a gradului de neocupare deoarece chiriașii sunt nevoiți să se îndrepte către centrele comerciale funcționale, apreciază Răzvan Sin.

Cu toate că mulți retaileri și-ar dori să deschidă magazine și în locații stradale, România este deficitară la acest capitol și retailerii preferă să își îndrepte atenția spre centrele comerciale. Singurele orașe care au zone de retail pietonal sunt Brașov și Sibiu, însă opțiunile de

spații cu suprafețe mari (peste 400 mp) disponibile sunt foarte puține. În centrul vechi din București, la începutul acestei veri va avea loc prima deschidere a unui retailer internațional, fapt ce va determina un interes crescut și din partea altor brand-uri, crede reprezentantul DTZ Echinox.

### Centrele comerciale aflate în dificultate pot fi re poziționate

Criza economică nu a ocolit centrele comerciale existente. Din ce în ce mai des, acestea trec printr-un proces de re poziționare, prin care încearcă să își regăsească identitatea, să se redefinească. Acesta este și cazul centrului comercial City Mall din București, care va fi transformat într-o clădire de birouri cu spații de retail la parter. „Un centru comercial care reușește să se adreseze publicului căruia i se potrivește are toate șansele să devină un proiect de succes”, afirmă reprezentantul CBRE România.

De altfel, intrarea unui centru comercial în insolvență nu înseamnă închiderea acestuia. 90% dintre centrele aflate în insolvență pot fi re-poziționate și re-închiriate, devenind astfel generatoare de venit stabil pe termen lung, estimează domnul Sin.

Aceste proiecte au fost dezvoltate cu costuri mari care depășesc valoarea actuală de piață, iar proprietarii nu pot decât să le administreze cât mai corect pentru a-și minimiza pierderea, adaugă reprezentantul DTZ Echinox.

Centrele comerciale în insolvență vor avea însă nevoie fie de inițiative radicale de administrare foarte bine fundamentate, fie de convertire, adică să capete o nouă destinație. Există un impact asupra încrederii investitorilor, în sensul că vor lua de acum înainte în calcul acest risc și vor analiza cu mult mai mare atenție fiecare produs în parte în ceea ce privește calitatea orașului, a locației, mixul de chiriași, competiția prezentă dar și viitoare, consideră reprezentantul Jones Lang LaSalle.

### Orașele secundare oferă oportunități pentru noi proiecte

România prezintă în continuare numeroase oportunități pentru construirea de noi centre comerciale. În opinia doamnei Moraru, potențial de dezvoltare de noi astfel de unități au orașe precum Timișoara, Craiova și Galați, în care numărul de metri pătrați comerciali pe mia de locuitori este cu mult sub media orașelor cu populație comparabilă din regiune.

Potrivit domnului Sin, Brașovul ar putea susține două centre comerciale de mari dimensiuni în următorii 3 ani (cu deschideri decalate), iar Timișoara are potențial suficient pentru cel de-al doilea. De asemenea, potențial de dezvoltare există și în Galați, dar și în orașe mai mici precum Târgu-Jiu și Târgoviște.

## Piața imobiliară de retail din România

Stocul total de spații de retail din România era la sfârșitul anului 2012 de aproximativ 2,7 milioane mp, din care peste 800.000 mp (30%) în București. Ponderele spațiilor de retail raportat la populație era de 127 mp la mia de locuitori, potrivit unui raport al companiei CBRE România.

Spațiile de retail date în folosință în 2012 au totalizat 150.000 mp, de peste patru ori mai puțin comparativ cu anul de vârf 2008 (670.000 mp).

Conform aceluiași raport, cele mai mari stocuri de spații de retail din țară raportat la mia de locuitori le dețineau la sfârșitul anului 2012 orașele Suceava (în jur de 1.100 mp), Pitești (aproape 800 mp), Oradea (peste 600 mp), Sibiu (în jur de 600 mp) și Târgu Mureș (aproape 600 mp). Bucureștiul nu se clasează nici măcar pe primele 10 locuri, cu 416 mp spații de retail raportat la mia de locuitori. Dintre orașele mari, stocuri relativ mici aveau Ploieștiul (394 mp pe mia de locuitori), Brăila (286 mp), Timișoara (262 mp), Brașov (221 mp) și Craiova (187 mp).

În comparație, dintre capitalele din regiunea Europei Centrale și de Est, capitala Bulgariei, Sofia, are cel mai mic stoc de spații moderne de retail, respectiv 250.000 mp, în timp ce capitala poloneză, Varșovia deține cel mai mare stoc, 1,3 milioane mp.

