

România, una dintre cele mai competitive piete de retail din Europa Centrala si de Est (raport)

Dezvoltarea ampla a spatiilor comerciale, dar si apetitul crescut al românilor pentru cumparaturi au încurajat noi companii din diverse industrii sa se extinda sau sa intre pe piata locala, potrivit unui raport realizat de o companie de consultanta imobiliara.

Anul trecut, 17 noi branduri au intrat pe piata din România, iar cei mai multi au ales Bucurestiul ca prima locatie din tara, pentru deschiderea magazinelor. Printre cele mai importante intrari se numara Primark, Converse sau Foot Locker, care si-au inaugurat magazinele în centre comerciale.

"Dupa un an 2022 extrem de bun pentru retail, cu rezultate care depasesc nivelul înregistrat în 2019, an de referinta pentru industrie, piata își continua evolutia fireasca si intra în planurile unor retailerilor internationali, dar si noi dezvoltatori pe piata, acestia fiind înșanisiati pe segmentul de parcuri de retail. În plus, apar noi oportunitati pe piata si pentru dezvoltatori, tinând cont ca spatiile comerciale disponibile sunt în marea majoritate închiriate rata de neocupare fiind 3% în malluri si chiar mai mica în parcurile de retail", a declarat **Carmen Ravon**, Head of Retail Occupier CEE, CBRE.

Potrivit raportului CBRE România - "Market Outlook 2023", jucatorii din retail sunt sfatuiti sa aiba în vedere trei factori principali, respectiv integrarea standardelor ESG în proiecte noi sau renovate, extindere strategica bazata pe analiza si strategia omnichannel.

"ESG este un subiect tot mai frecvent întâlnit în discutiile managementului companiilor de retail si o tema de sine statatoare în proiectele de renovare pe acest segment. Pe lângă reducerea consumului si a unei activitati sustenabile din punct de vedere operational, alinierea la aceste standarde vine si în întâmpinarea asteptarilor consumatorilor", arata raportul citat.

În ceea ce priveste extinderea strategica bazata pe analiza, informatiile sunt esentiale pentru a putea lua decizii rapide. Indiferent ca este un dezvoltator care cauta noi locatii sau un retailer care vizeaza extindere, expansiunea strategica bazata pe analiza datelor nu mai este doar un proces optional, aceasta abordare ajutând dezvoltatorii si investitorii sa ia decizia corecta în contextul actual, oferind date, benchmark-uri si comparatii.

Nu în ultimul rând, cresterea businessurilor prin sistemul multichannel este o strategie eficienta. Ecommerce-ul este nu doar noua realitate, ci a trecut deja la o noua etapa - m-commerce (mobile commerce), care contribuie deja din plin la cresterea preconizata de 15% a gradului de penetrare a comerțului electronic în România pâna în anul 2025. Automatizarea operatiunilor din logistica sustine în mare masura aceasta transformare si, în curând, automatizarea va intra si în magazinele fizice ca solutie ce usureaza atât experienta consumatorilor, cât si lipsa fortei de munca a retailerilor prin auto-check-out, puncte de preluare, asistent virtual de magazin si chiar promotii bazate si livrate de inteligenta artificiala.

"Doua tendinte care sunt deja în plina desfasurare trebuie, de asemenea, sa fie luate în calcul. În primul rând, dezvoltarea oraselor mai mici, regional, care merge mâna în mâna cu dezvoltarea parcurilor de retail, un produs foarte apreciat de investitori si dezvoltatori. În al doilea rând, reducerea suprafetelor hipermarketurilor care își propun sa devina mai eficiente pe spatiul ocupat, o oportunitate si pentru proprietarii de centre comerciale, care dispun de spatiu liber extrem de limitat, si care astfel pot obtine GLA (suprafata bruta închiriabila) suplimentara pentru noi chiriasi", a mai adaugat Carmen Ravon.

Stocul spatiilor moderne de retail din România a înregistrat în 2022 un volum total de aproximativ 4,08 milioane

mp, după ce anul trecut au fost inaugurate 11 noi parcuri de retail. Livrarile anuale se ridică la 86.700 mp închiriabili, din care Bucureștiul a atras 41%, cu trei spații de retail nou construite, în timp ce marea majoritate a spațiilor au fost dezvoltate în orașe mici, dar plasate strategic în apropierea capitalelor de județ precum Iași, Timișoara sau Craiova.