

Cushman & Wakefield Echinox: România, destinație strategică pentru retailul internațional: peste 40 de retaileri noi au intrat pe piața locală în perioada 2020–2025



Piața de retail din România continuă să atragă un număr tot mai mare de branduri internaționale, potrivit unei analize realizate de compania de consultanță imobiliară Cushman & Wakefield Echinox, ce arată faptul că peste 40 de retaileri internaționali și-au făcut intrarea pe piața românească între 2020 și 2025. Toate aceste rețele de retail au la nivel global venituri anuale cumulate de peste 80 de miliarde de euro, în condițiile în care valoarea pieței de retail din România este estimată la circa 60 miliarde de euro.

Majoritatea noilor intrați au ales centrele comerciale din București drept punct de lansare al operațiunilor pe plan local.

Noile branduri internaționale sosite în România între 2020 și 2025 provin dintr-o gamă variată de sectoare, cele mai reprezentative fiind îmbracaminte – 26% din totalul noilor intrări (moda și articole vestimentare), food & beverage – 17% (restaurante), alături de cosmetica și beauty retail – 12%.

Aceste trei segmente însumează peste jumătate din numărul total de intrări noi pe piață, retailerii de moda și operatorii de restaurante de tip fast-food fiind motoarele principale ale creșterii. Totodată, au fost înregistrate nume noi importante și în domenii precum articole sportive, jucării, bijuterii & accesorii și magazine specializate (pet-shop-uri, farmacii etc.), ceea ce evidențiază atractivitatea pieței pentru segmente diferite de retail.

Printre retailerii de moda ce au intrat în România în perioada analizată se numără: Primark, Lefties, HalfPrice, Calvin Klein Jeans & Underwear, Funky Buddah sau Bogner. Totodată grupurile JD Sports and Foot Locker, Sport Direct din domeniul articolelor sportive s-au alăturat retailerilor prezenți pe piața românească. De menționat, de asemenea, retailerii de cosmetice și produse de înfrumusețare Kiko Milano, Rituals sau Bath & Body Works și compania poloneză Wittchen, retailer de genti și accesorii de călătorie și articole din piele.

LANȚURILE INTERNAȚIONALE DE FAST-FOOD Hesburger, Wendy's, Popeyes sau Happy Restaurants, dar și operatorul polonez de supermarketuri Zabka au avut o expansiune agresivă pe piața locală în ultimii ani.

Pe lângă aceste branduri, alte nume noi analizează intrarea în România, unele dintre ele fiind în stadii avansate de a deschide primele magazine din țară, printre care Action, grup olandez ce operează magazine de tip discount și lanțul de magazine MR.DIY din Malaezia.

Intrarea pe piața de retail a noilor operatori a mers mână în mână cu extinderea infrastructurii de retail, proiectele noi dezvoltate în perioada 2020-2025 oferind platforma necesară brandurilor internaționale pentru a-și stabili

magazinele.

Peste 70% dintre noii retaileri și-au deschis primele unități în cadrul centrelor comerciale, acestea oferind locații strategice, trafic ridicat și facilități integrate.

Preferința pentru mall-uri subliniază importanța acestui tip de format atât pentru extinderea rețelei de magazine, cât și prin ecosistemele comunitare ce ofera consumatorilor experiențe de shopping, entertainment și lifestyle.

Majoritatea brandurilor nou intrate au optat să își deschida propriile magazine în România, în detrimentul francizei sau parteneriatelor, ceea ce ilustrează așteptările pozitive privind performanța și profitabilitatea pe piața românească. Aceasta abordare directă reflectă, totodată, angajamentul retailerilor de a investi pe termen lung și de a-și adapta oferta la preferințele consumatorilor români.

Retaileri din SUA, Polonia, Germania, Spania și Franța au ales România ca destinație strategică, atrași de mai mulți factori-cheie ai pieței locale ce țin de indicatori economici și demografici, dar și ai pieței imobiliare. Puterea de cumpărare în creștere a consumatorilor români susține vânzarile și justifică expansiunea brandurilor premium și mid-market. Totodată, receptivitatea românilor la branduri internaționale, pentru marci și concepte noi se traduce prin cerere solidă pentru retaileri globali și reprezintă un alt element cheie în atragerea retailerilor pe piața locală.

Pe baza tendințelor din perioada 2020–2025 putem estima un interes susținut pentru extinderea în România, sectoarele cel mai probabil să genereze noi intrări rămân moda, restaurantele și produsele de beauty, având în vedere performanțele actuale și apetitul consumatorilor pentru aceste categorii.

De asemenea, dezvoltatorii autohtoni și internaționali continuă să investească semnificativ în noi scheme de retail, astfel ca piața își menține tendința de diversificare din punct de vedere geografic, dar și al formatului (mall-uri dominante în orașe mari, parcuri de retail în orașe medii), oferind oportunități de intrare pentru noi jucători și extindere pentru cei existenți.

Dana Radoveneanu, Head of Retail Agency Cushman & Wakefield Echinox: "România se poziționează ferm ca o piață dinamică, atractivă și stabilă pentru expansiunea internațională în retail. Tendințele recente, de la creșterea numărului de branduri noi la extinderea celor prezenți deja pe piața, demonstrează vitalitatea sectorului și încrederea investitorilor în potențialul său. Aceasta tendință plasează România pe lista țărilor în care retailerii doresc să-și extindă afacerile la nivel regional. Cu o infrastructură solidă de peste 4,7 milioane metri pătrați de spații moderne, România a demonstrat că poate susține atât extinderea rețelelor existente, cât și intrarea unor jucători noi pe piața, consolidându-și statutul de destinație strategică pe harta retailului internațional."