

IULIAN DASCĂLU:

## “Cele patru mall-uri Iulius au avut afaceri de aproape 48 de milioane de euro”



Cifra de afaceri totală înregistrată anul trecut de cele patru mall-uri Iulius s-a ridicat la aproape 48 milioane de euro, ne-a declarat cunoscutul om de afaceri Iulian Dascălu, proprietarul Iulius Grup. Domnia sa susține că afacerile Iulius Grup au sporit pe timp de criză, la fel ca investițiile. Omul de afaceri ne-a spus că a trecut prin recesiune prin adaptarea mixului de chiriași la preferințele de consum ale publicului, creșterea traficului, dar și prin diversificarea

operatorilor din mall-uri și atragerea unor companii multinaționale pe segmentul de birouri.

Domnul Dascălu afirmă că sunt sesizabile semnele de revenire ale pieței imobiliare, dar că nu asistăm la o explozie a investițiilor, așa cum se întâmpla înainte de recesiune, ci, mai curând, la o dezvoltare precaută. În acest an, Iulius Grup va finaliza United Business Center Tower, Iulian Dascălu afirmând că suprafața de 10.000 mp este 100% închiriată.

înregistrându-se o valoare totală pe cele patru mall-uri de 45,73 milioane euro.

**Reporter:** Cum ați reușit să rezistați pe timp de criză?

**Iulian Dascălu:** În plină criză financiară mondială, grupul de companii Iulius extindea Iulius Mall Timișoara și dezvoltă la Iași ansamblul urbanistic multifuncțional Palas, care a fost inaugurat în mai 2012. Sunt dovezi ale faptului că, pentru noi, nu a existat obiectivul de a rezista pe piață, ci de a evolua indiferent de contextul economic.

Nu a fost un scop ușor de realizat, însă demersurile noastre s-au tradus prin creșteri constante ale cifrei de afaceri, datorate adaptării mixului de chiriași la preferințele de consum ale publicului, creșterii traficului, diversificării operatorilor și atragerii unor companii multi-

naționale pe segmentul office.

În plus, în această perioadă, în mall-urile Iulius din țară s-au deschis magazine ale unor retailerii importanți, precum H&M (Iulius Mall Timișoara și Cluj), Zara, Bershka, Stradivarius, Pull&Bear (Iulius Mall Cluj), Massimo Dutti (Iulius Mall Timișoara și Cluj), C&A (Iulius Mall Timișoara și Suceava), Deichmann (Iulius Mall Timișoara și Cluj), Tommy Hilfiger (Iulius Mall Cluj), Hervis Sports (Iulius Mall Timișoara), Flanco (Iulius Mall Suceava), Accessorize (Iulius Mall Timișoara) etc.

**Reporter:** Ce venituri v-a adus, anul trecut, proiectul Palas Iași? În cât timp estimați că se va amortiza investiția?

**Iulian Dascălu:** Cifra de afaceri înregistrată în 2013 de componenta de retail a ansamblului Palas este de 13,13 milioane de euro. Cele patru clădiri de

birouri clasa A United Business Center din ansamblul urbanistic Palas Iași au avut, anul trecut, o cifră de afaceri de 3,58 milioane de euro.

**Reporter:** Cum credeți că va evolua piața noastră imobiliară în acest an? Dă sau nu semne de revenire?

**Iulian Dascălu:** Sunt sesizabile semne de revenire ale pieței imobiliare. Nu asistăm la o explozie a investițiilor, așa cum se întâmpla înainte de recesiune, ci, mai curând, la o dezvoltare precaută, care este, de altfel, benefică. Pașii mici, dar sănătoși, au condus la instalarea stabilității pe acest segment.

Piața oferă în continuare potențial, iar investitorii încep să aibă din nou încredere să continue tranzacțiile și extinderile, cu precădere pe piața de retail și birouri.

(continuare în pagina 26)



(urmare din pagina 24)

Succes vor avea proiectele cu viabilitate sporită, gândite din perspectiva unui management performant, care să țină cont de profitabilitatea înregistrată pe termen lung și în concordanță cu feedback-ul pieței.

**Reporter:** Care este gradul de ocupare a spațiilor din centrele comerciale ale Iulius Group?

**Iulian Dascălu:** În rețeaua Iulius Mall, în medie, gradul de ocupare este de aproximativ 95%. Palas Mall are un grad de ocupare de 97%.

**Reporter:** Cum au evoluat chiriile anul trecut și ce tarife practicați în acest an?

**Iulian Dascălu:** În ceea ce ne privește, am adoptat în permanență o abordare echilibrată, care ne-a permis să menținem un grad de ocupare constant în mall-urile Iulius, de peste 95%. Chiriile practicate sunt competitive și adaptate condițiilor piețelor în care evoluează fiecare mall.

**Reporter:** Ce tendințe ați remarcat pe piața centrelor comerciale moderne?

**Iulian Dascălu:** Evoluția și extinderea ofertei generate de centrele comerciale au făcut ca preferințele consumatorilor să fie mai selective. Acest aspect a sporit competitivitatea, reprezentând un factor benefic, atât pentru clienți, care beneficiază de servicii superioare, cât și pentru dezvoltatori, care sunt provocați constant să găsească noi elemente de atracție.

În operarea centrelor comerciale, pe lângă actualizarea portofoliului de bran-



Palas Mall

duri, se remarcă tendința de a completa oferta de shopping cu posibilități de entertainment cât mai variate. Din ce în ce mai mulți clienți nu mai văd în mall-uri doar destinații de cumpărături, ci locuri în care își pot petrece timpul liber, cu activități dintre cele mai diversificate, pentru toate categoriile de public.

De asemenea, tot în retail, o altă tendință este aceea a modernizării mall-urilor care au atins o anumită maturitate pe piață. O abordare nouă în privința designului sau a arhitecturii interioare, optimizarea mixului de chiriși, extinderea ofertei de divertisment și a gamei de servicii reprezintă ele-

mente necesare pentru a rămâne competitiv în acest sector.

**Reporter:** Ce investiții noi imobiliare mai planificați în acest an și pe termen mediu?

**Iulian Dascălu:** În 2013, grupul de companii Iulius a demarat un nou proiect la Cluj-Napoca, ce presupune construirea unei clădiri de birouri clasa A și reamenajarea unui parc, în apropierea Iulius Mall. United Business Center Tower urmează să fie finalizat în a doua parte a acestui an, iar suprafața de 10.000 mp este 100% închiriată. Spațiul verde de aproximativ 30.000 mp, din imediata vecinătate a Iulius Mall Cluj, a

fost inaugurat în luna octombrie 2013, în urma unei investiții în valoare de peste 2 milioane de euro.

**Reporter:** Cum apreciați că va evolua piața spațiilor de birouri? Au sau nu nevoie marile orașe de astfel de investiții?

**Iulian Dascălu:** Piața spațiilor de birouri continuă să fie atractivă, cu precădere cea din București și din orașele mari, centre universitare. Companiile sunt interesate să se dezvolte acolo unde există pol de talente și un stoc de spații de birouri calitativ. Acest tip de investiții este necesar, atâta vreme cât spațiile de birouri create răspund unei nevoi reale de dezvoltare a companiilor, care au planuri de relocare sau extindere, acestea producând, ulterior, efecte pozitive și în câmpul muncii.

**Reporter:** Care este structura cererii de spații de birouri în marile orașe?

**Iulian Dascălu:** Piața dominantă rămâne în continuare cea din Capitală. În orașele în care suntem activi pe segmentul birourilor - Iași și Cluj-Napoca - cererea pentru spații office clasa A vine din zona segmentului IT și Business Process Outsourcing.

**Reporter:** Cum caracterizați relația cu băncile? Au sau nu dezvoltatorii români acces facil la finanțare?

**Iulian Dascălu:** Aceeași stare de prudență caracterizează și instituțiile bancare, însă acest lucru nu înseamnă lipsă de sprijin din partea mediului financiar. În această perioadă, se acordă finanțare proiectelor ce au la bază un plan de business durabil, derulate de companii cu experiență, în care băncile au încredere.

**Reporter:** Vă mulțumesc!



United Business Center