

PARKLAKE - NOUL MALL DIN BUCUREȘTI

## "Rata de penetrare a centrelor comerciale în România - departe de media europeană"

(Interviu cu Ingo Nissen, Managing Director al Sonae Sierra, responsabil cu proiectele de dezvoltare din România)

ParkLake - o investiție de 180 de milioane de euro - este noul mall din București, ridicat în vecinătatea Parcului Titan.

Sonae Sierra și Caelum Development au investit în acest centru comercial, care, potrivit dezvoltatorilor, vine cu "un ansamblu unic de chiriași", la care participă branduri și concepte de retail până acum inexistente pe piață. "Arhitectura sa atrăgătoare va transforma timpul petrecut în centru într-o experiență confortabilă și plăcută, fără egal în România", anunță investitorii. Reunind peste 200 de magazine, mall-ul se bucură de avantajul suplimentar a 2.450 de locuri de parcare și de accesul direct cu toate mijloacele principale de transport public. Ingo Nissen, Managing Director al Sonae Sierra, responsabil cu proiectele de dezvoltare din România, ne-a oferit un interviu despre cine sunt investitorii de la ParkLake, dar și despre oportunitățile din piața noastră de profil.



**Reporter:** Cine este Sonae Sierra și de ce a ales să investească în ParkLake?

**Ingo Nissen:** Sonae Sierra, unul dintre investitorii în centrul comercial ParkLake, a fost înființată în 1989 în Portugalia. Compania investește în active de retail sustenabile și oferă servicii de investiții, dezvoltare și administrare a proprietății imobiliare. Avem o diversitate de clienți din Europa, America de Sud, nordul Africii și Asia. Totodată, Sonae Sierra identifică oportunități de piață, încheie parteneriate cu investitori din sectorul imobiliar și oferă servicii care acoperă întregul ciclu de viață al proprietății.

Compania noastră are birouri proprii în 13 țări, oferind servicii pentru

regiuni geografice diferite, cum ar fi Portugalia, Algeria, Azerbaidjan, Brazilia, Columbia, Germania, Grecia, Italia, Maroc, România, Rusia, Slovacia, Spania, Tunisia și Turcia.

ParkLake este primul nostru proiect de dezvoltare imobiliară din România, deși am investit anterior în River Plaza Mall din Râmnicu Vâlcea. În prezent, Sonae Sierra este proprietarul a 44 de centre comerciale, cu o valoare de piață de 6 miliarde euro și administrează și/sau închiriază 79 de centre comerciale, ceea ce însumează o suprafață închirială totală de 2,3 milioane metri pătrați și aproximativ 9.000 de chiriași. În anul 2015, compania a primit peste 430 de milioane de vizitatori în centrele comerciale pe care le administrează.

În prezent, Sonae Sierra are 11 proiecte în dezvoltare și alte 7 proiecte noi în pregătire.

**Reporter:** În ParkLake investiți alături de o altă companie. Vorbite-ne puțin și despre ea.

**Ingo Nissen:** Partenerul nostru din joint venture, Caelum Development, reprezintă un grup irlandez de investiții specializate format din investitori privați, cu peste 15 ani de experiență pe piața imobiliară din Europa. Cu sediul corporativ la Varșovia, Caelum Group deține și administrează un portofoliu extins de proprietăți imobiliare din Europa, inclusiv o varietate de centre de retail, care reprezintă împreună peste 200.000 de mp suprafață închirială totală. Punând accentul pe cele mai înalte

*Piața este în creștere, adevărat, dar este departe de riscul de supraîncălzire, prin urmare există multe oportunități interesante pentru alte investiții în centre comerciale.*

standarde profesionale juxtapse cunoștințelor despre piața locală, Caelum beneficiază de o dinamică puternică și de o echipă specializată de experți din sectorul imobiliar, bucurându-se de o poziție din ce în ce mai importantă pe piața în continuă schimbare.

**Reporter:** De ce ați ales România pentru acest tip de investiție?

**Ingo Nissen:** Am intrat pe piața din România în 2007, când existau multe oportunități de a livra centre

comerciale moderne. De atunci, piața a devenit mai dificilă, dar a rămas încă foarte receptivă și este loc pentru centre comerciale precum ParkLake. Piața este în creștere, adevărat, dar este departe de riscul de supraîncălzire, prin urmare există multe oportunități interesante pentru alte investiții în centre comerciale, precum și oportunități de a oferi servicii altor investitori, deoarece avem peste 25 de ani de experiență în acest domeniu.

Pe piața centrelor comerciale din România există o concurență naturală, ca și pe alte piețe. Concurența a devenit mai puternică în ultimii ani, dar încă lasă loc pentru noi concepte, noi chiriași, un management al proprietății experimentat și noi abordări de dezvoltare imobiliară, de design și concept arhitectural, așa cum veți vedea la ParkLake.

Dacă ne uităm la cheltuielile de consum, vânzările de retail și datele despre rata de încredere a consumatorilor, vedem în toate acestea o

*ParkLake este primul nostru proiect de dezvoltare imobiliară din România, deși am investit anterior în River Plaza Mall din Râmnicu Vâlcea.*



tendință extrem de pozitivă, aliniată cu creșterea rezultatelor economice din alte țării.

**Reporter:** Care considerați că este potențialul de piață?

**Ingo Nissen:** Potențialul este semnificativ, dacă avem în vedere oportunitățile de modernizare și extindere din anumite orașe, de furnizare a serviciilor pentru anumiți investitori

și totodată de a dezvolta noi proiecte imobiliare în anumite locuri din țară.

*(continuare în pagina 46)*

Centrul comercial va introduce noi branduri pe piața din România, cum ar fi Forever 21, Play Park, Lanidor și Lynne. ParkLake va găzdui un cinematograful multiplex cu 14 săli, operat de Cinema City, precum și alte magazine ancoră principale cum ar fi H&M, toate brandurile Inditex din România (Zara, Massimo Dutti, Zara Home, Oysho, Bershka, Stradivarius și Pull & Bear), Debenhams, Koton, LPP Group cu toate cele 5 branduri (Reserved, Mohito, SinSay, House și Cropp), WorldClass, Altex, Hervis, IPB, Lem's. Alte branduri care completează oferta comercială și de agrement includ Collective, Levi's, Motivi, Tommy Hilfiger, Gant & Lacoste, CCC,

Springfield, Lee Cooper, KVL, TimeOut, Geox, Il Passo, Aldo, Desigual, Swarovski, Khulto, Fossil, Teilor, Douglas, Sephora, Mac, Yves Rocher, Kendra. Printre alți chiriași se numără Zara Home, Bonsai, Altex and Arsis, MaxiToys, Smyk, Mothercare, Lego și Carturesti, Hervis, Intersport, Nike, Adidas și Sketchers. Oferta de restaurante și cafele va pune în valoare arhitectura și designul inovator din zona special amenajată prin diversitatea numelor precum KFC, Pizza Hut, Paul, Wu Xing, Brioche Dorée, Starbucks, Gloria Jean's Coffees, K-Grill, Oro Toro (by OSHO), Bistrot du Paris, La Cerdac, Chopstix, SaladBox.

David Sharkey, CEO Caelum Development CEO, a afirmat: „ParkLake va adăuga un reper de referință cartierului și întregului oraș, oferind un fel nou de a face cumpărături și a te destinde și totodată de a practica sportul și a te relaxa”.

Centrul comercial gravitează în jurul temei „Parc - Natură - Familie”, deschizând vizitatorilor o întreagă lume de experiențe comerciale inovatoare, ce răspunde cerințelor de servicii și confort ale vizitatorului modern, cum ar fi parcare prietenoasă, zonele de relaxare, lumina abundentă din mall, combinate cu activitățile recreative și o ambianță care respectă mediul, după cum au anunțat investitorii. Conceptul exterior și interior se subsumează și ele temei „Parc - Natură - Familie” și vor integra ParkLake ca destinație ce vine să prelungească activitățile recreative din parcul învecinat.

Premiat pentru „Arhitectură și design” la categoria centre comerciale în luna mai, la premiile SEE Real Estate Awards, ParkLake a fost proiectat respectând cele mai riguroase standarde internaționale de calitate, siguranță și sustenabilitate.

ParkLake îmbrățișează sustenabilitatea ca factor cheie, care va juca un rol important în viitor, în etapa de exploatare, prin implementarea echipamentului și designului eficient din punctul de vedere al utilizării resurselor. Sistemul riguros de management și monitorizare a condus la un set de măsuri care vizează, pe lângă sănătate și siguranță, reducerea impactului de mediu. Această abordare în perioada fazelor de construcție și exploatare a centrului comercial a contribuit în mod activ la eficientizarea și economisirea costurilor pe durata de viață a centrului, prin utilizarea eficientă a resurselor și impactul pozitiv asupra mediului înconjurător.







*Bucureștenii  
au căpătat  
experiență în ceea  
ce privește nevoia de  
petrecere a timpului liber  
și, ca urmare, piața de  
retail a orașului  
s-a maturizat  
mult.*

(urmăre din pagina 45)

Dacă ne uităm la date, putem vedea că rata de penetrare a centrelor comerciale în România este încă departe de media europeană (de 260 mp de suprafață închiriabilă totală/1.000 de locuitori), cu aproximativ 120 mp de suprafață închiriabilă totală la mia de locuitori. Acesta înseamnă că mai este mult loc pentru noi proiecte de dezvoltare și mai ales pentru proiectele de dezvoltare imobiliară comercială solicitate de un oraș modern.

**Reporter:** Ce diferențiază ParkLake de alte mall-uri din București?

**Ingo Nissen:** ParkLake va reprezenta o destinație atractivă pentru un vad comercial important, iar designul și arhitectura sa, alături de combinația dintre oferta comercială, servicii și activități recreative, precum și integrarea cu sporturile și parcul vor forma o ofertă fără egal pentru a atrage vizitatorii și pentru a capta interesul deplin al chiriașilor. ParkLake va fi unic mai ales pe motivul vecinătății sale cu Parcul Titan și strânsă integrare pe care această vecinătate o permite. Activitățile recreative în aer liber sunt doar rareori integrate în centrele comerciale din București și acest fapt se va dovedi un punct de interes important. Pe lângă acestea,

vom veni cu câțiva chiriași noi pe piața din România. În cele din urmă, arhitectura și designul vor fi surprinzătoare și cu siguranță vor crea noi standarde pentru vizitatori.

**Reporter:** Ca investitor, care este următoarea țintă pe care ați stabilit-o pe piața din țara noastră?

**Ingo Nissen:** Ne vom concentra mai întâi pe reușita deschiderii centrului comercial ParkLake. Evident, cum acesta este primul nostru proiect de dezvoltare imobiliară din această țară, așteptăm cu nerăbdare

următoarele proiecte. Continuăm de asemenea să vedem cum putem crește serviciile oferite terților și să ne punem cunoștințele la dispoziția a peste 25 de clienți regionali.

**Reporter:** Cum își petrec românii timpul în centrele comerciale?

**Ingo Nissen:** Centrele comerciale au devenit nu doar un loc de unde oamenii cumpără bunuri, ci destinații pentru a te întâlni cu prietenii și familia; un loc unde poți să mergi la un film, să ieși la un prânz de afaceri, să participi la un eveniment sau să

cauți o manifestare culturală. Bucureștenii au căpătat experiență în ceea ce privește nevoia de petrecere a timpului liber și, ca urmare, piața de retail a orașului s-a maturizat mult. De exemplu, zona de restaurante reprezintă o zonă importantă de diferențiere unde oferta și confortul spațiului sunt nespuse de importante. Din acest motiv, zonele de restaurante oferite de noi sunt prietenoase cu familiile, au un design atrăgător și oferă o serie de opțiuni speciale pentru copii, cum ar fi locurile speciale pentru pregătirea hranei bebelușilor și zonele dimensionate și concepute corespunzător

pentru copiii de vârstă mică (zonele Pik-Nik). Însă și alte trăsături, cum ar fi locurile special amenajate pentru copii (locuri de joacă în interior și de asemenea în exterior), facilitățile sportive, zonele verzi și spațiile pentru agrement, evenimente și activități cu specific de sezon sunt toate parte a noilor concepte care vor atrage vizitatorii și care răspund solicitărilor pe care le au românii atunci când își petrec timpul într-un centru comercial.

**Reporter:** Mulțumesc!

