



2024 - unul dintre cei mai buni ani din ultima decadă, după livrările de noi proiecte de retail

Stocul total de spații de retail din România a ajuns la 4,62 milioane de metri pătrați, în condițiile în care, anul trecut, au fost construite proiecte noi cu o suprafață cumulată de aproximativ 180.000 metri pătrați, în scădere cu 15% față de nivelul record din 2023, ne-a transmis Vlad Săftoiu, Head of Research Cushman & Wakefield Echinox.

În ciuda acestei scăderi, 2024 a fost unul dintre cei mai buni ani din ultima decadă din punct de vedere al livrărilor de noi proiecte de retail, subliniază sursa citată. Dezvoltatorii au livrat 14 proiecte, reprezentând atât scheme noi, cât și extinderi ale unora existente. Peste 64% din suprafața livrată în 2024 se află în parcuri de retail, restul fiind

în proiecte de tip mall.

Carmen Ravon, Head of Retail CEE în cadrul CBRE, ne-a precizat că cererea crescută, alimentată de o economie în expansiune și de investiții străine, a dus la creșterea prețurilor, pe toate segmentele de piață. În segmentul comercial, prețurile au variat în funcție de locație și de tipul de proprietate. Majoritatea zonelor au înregistrat o stabilizare a prețurilor în 2024.

Orașele terțiare au avut o creștere semnificativă în ceea ce înseamnă noi proiecte de retail livrate. Conform sursei citate, în cifre anul 2024 s-a poziționat cu 18 noi proiecte de retail livrate. Această dezvoltare a sectorului de retail în orașele mai mici este esențială pentru creșterea economiei și furnizarea de servicii critice comunității locale.

Anul trecut, piața de retail a urmat o dinamică continuă. O serie de retaileri precum Rituals, Happy Bar & Grill, Froo și-au confirmat expansiunea în România. În 2025, se așteaptă ca activitatea de leasing să se consolideze, pe măsură ce retailerii implementează planuri de expansiune în toate formatele de retail.

Marii dezvoltatori de malluri se concentrează pe proiecte ample, multe dintre ele cu mai multe componente, venind alături de retail cu birouri, rezidențial și un portofoliu mai larg de servicii, subliniază specialiștii citați. Cele mai importante proiecte cu funcțiuni mixte sunt anunțate la Iași, Cluj sau Bacău.

(continuare în pagina 53)

(urmare din pagina 52)

Consultanții de la Colliers arată că piața de retail modern din țara noastră continuă să se extindă, contrar tendințelor de încetinire economică, susținută de un consum în creștere și de intrarea unor noi jucători internaționali. În 2024, vânzările de produse nealimentare au avansat cu 14%, atingând un nivel record, iar consumul individual efectiv a depășit pe cel al Poloniei și Cehiei, ajungând la 89% din media Uniunii Europene, conform raportului anual publicat de Colliers. Deși cererea este ridicată, stocul de retail modern rămâne subdimensionat, însă dezvoltatorii pregătesc livrări de peste 200.000 de metri pătrați în 2025. Printre cele mai importante proiecte se numără extinderea Mall of Moldova din Iași și redeschiderea Agora Mall din Arad. În acest context, România devine tot mai atractivă pentru investițiile în retail și își consolidează poziția pe piața regională, în ciuda provocărilor macroeconomice și a climatului incert.

Anul trecut au fost livrați 167.000 de metri pătrați de noi spații de retail modern, în scădere față de cei 221.000 de metri pătrați din anul precedent, arată raportul anual publicat de Colliers. Chiar și în acest context, piața a rămas dinamică, depășind media anuală a ultimului deceniu, estimată la 140.000 de metri pătrați. Comparativ, în anii pandemiei, incertitudinile economice au redus livrările la sub 100.000 de metri pătrați, atât în 2021, cât și în 2022. Piteștiul a fost orașul cu cele

mai mari livrări de retail în 2024, consolidând tendința dezvoltatorilor de a se concentra pe orașele mici și mijlocii. Cele mai importante proiecte finalizate în 2024 au fost în Pitești, și anume Argeș Mall, dezvoltat de Prime Kapital/MAS REI, cu o suprafață de 51.000 de metri pătrați, și M Pitești Park, dezvoltat de M Core, cu 24.000 de metri pătrați. Astfel, aproape jumătate din stocul nou de retail modern a fost livrat într-un singur oraș, cu 140.000 de locuitori, ceea ce arată interesul crescut pentru aceste piețe regionale.

Cu toate acestea, în următorii ani, piața va trece printr-o schimbare de direcție, subliniază consultanții Colliers, explicând că, pe măsură ce dezvoltatorii își îndreaptă atenția către orașele mari, unde sunt în pregătire scheme de retail de mari dimensiuni, dinamica sectorului se va modifica. De asemenea, există posibilitatea ca Bucureștiul să revină în atenția marilor investitori, cu unul sau două proiecte de anvergură în viitorul apropiat sau extinderi ale centrelor existente.

Simina Niculita, Director | Partener | Retail Agency la Colliers, subliniază: "Deși economia României a înregistrat o creștere modestă în 2024, estimată sub 1% din PIB, acest lucru nu reflectă o scădere a consumului. Dimpotrivă, vânzările de retail non-food au crescut cu aproximativ 14% în volum, atingând un nou record istoric. Datele oficiale pentru 2024 nu sunt încă disponibile,



Liana Dumitru, Director Retail Agency la Colliers, menționează: "România rămâne o piață atractivă atât pentru expansiunea brandurilor deja existente, cât și pentru noi investiții în retail".

însă Eurostat indică faptul că, în 2023, consumul individual efectiv - un indicator care măsoară cantitatea reală de bunuri și servicii utilizate de populație, nu sumele cheltuite - a ajuns la 89% din media UE. Acesta este cel mai ridicat nivel din Europa Centrală și de Est, depășind inclusiv Polonia și Cehia. În

(continuare în pagina 54)





(urmare din pagina 53)

plus, indicatorii nominali ai cheltuielilor confirmă această tendință ascendentă. Analiza datelor Oxford Economics, bazată pe informații din Eurostat, institutele naționale de statistică și estimări recente, ne oferă o perspectivă clară asupra evoluției consumului în România în ultimul deceniu și jumătate. Un segment relevant este cel al îmbrăcămintei și încălțămintei, care reprezintă o componentă majoră a mixului de chiriși din centrele comerciale. Această categorie continuă să fie un motor al expansiunii retailului modern, reflectând atât schimbările în comportamentul de consum, cât și atractivitatea pieței locale pentru investitori".

În ultimii 15 ani, cheltuielile pe cap de locuitor din România au crescut semnificativ, de la o șesime din nivelul Germaniei la doar 20% sub cel al celei mai mari economii europene. Această evoluție reflectă o îmbunătățire constantă a puterii de cumpărare, subliniază consultanții Colliers. România a depășit toate economiile majore din regiune și chiar unele țări din Europa de Vest, precum Spania, în ceea ce privește cheltuielile pe cap de locuitor pentru îmbrăcăminte și încălțăminte. Această tendință confirmă o creștere a consumului, susținută de venituri mai mari și de o piață de retail tot mai competitivă. Deși acest avans are un impact ne-

gativ asupra balanței de plăți, deoarece România importă o mare parte din bunurile achiziționate de populație, din perspectiva consumatorului, fenomenul este mai sustenabil decât în deceniul precedent. Spre deosebire de anii anteriori, creșterea consumului nu mai este alimentată predominant de credite de consum, ceea ce reflectă o economie mai echilibrată și o capacitate de cumpărare consolidată.

Liana Dumitru, Director Retail Agency la Colliers, menționează: "În ultimii zece ani, salariile din România au înregistrat o creștere constantă, depășind în mod susținut rata inflației, cu excepția unei scurte perioade în timpul pandemiei. Analizând datele istorice, se observă că puterea de cumpărare a salariului mediu a început să crească din 2014, iar în prezent este de două ori mai mare în termeni reali, ajustat la inflație. Un alt aspect relevant este gradul redus de saturație al pieței locale în ceea ce privește prezența mărcilor internaționale. Acest lucru se reflectă în profitabilitatea și eficiența ridicată a sectorului de retail, unde indicatorii de performanță sunt semnificativ mai mari decât în alte țări. Astfel, România rămâne o piață atractivă atât pentru expansiunea brandurilor deja existente, cât și pentru noi investiții în retail".

(continuare în pagina 55)



Simina Niculita, Director | Partener | Retail Agency la Colliers, subliniază: "Deși economia României a înregistrat o creștere modestă în 2024, estimată sub 1% din PIB, acest lucru nu reflectă o scădere a consumului. Dimpotrivă, vânzările de retail non-food au crescut cu aproximativ 14% în volum, atingând un nou record istoric".

(urmare din pagina 54)

Brandurile internaționale analizează oportunități de extindere în România

Performanța sectorului se reflectă în randamentele operaționale brute care poziționează România în topul clasamentelor europene în domenii precum îmbrăcăminte, încălțăminte, produse farmaceutice și cosmetice, jucării. Tendința brandurilor noi de a intra pe piața românească s-a menținut și în 2024, cu o vizibilitate tot mai mare a mărcilor regionale din Polonia, Cehia, Turcia. În același timp, brandurile internaționale analizează oportunități de extindere în România, consolidând, astfel, dinamica pozitivă a pieței.

Una dintre cele mai importante lansări a fost cea a Froo, supermarketul de proximitate deținut de Żabka Group, cel mai mare lanț de acest tip din Polonia, care a deschis peste 50 de magazine în doar șase luni, marcând o expansiune rapidă pe piața locală. În sectorul de cosmetice, Rituals Cosme-

tics și Kiko Milano și-au făcut intrarea pe piață, în timp ce segmentul de modă și accesorii s-a extins prin brandurile Budmil și Bogner, iar industria ospitalității și a restaurantelor a fost completată de Happy Restaurants și Hesburger, diversificând oferta disponibilă pentru consumatorii români.

Consultanții Colliers se așteaptă ca această creștere a vânzărilor din 2024 să aibă un impact pozitiv asupra chiriilor bazate pe vânzări, în timp ce volumele totale se mențin peste nivelurile pre-pandemice. Gradul de ocupare a centrelor comerciale rămâne ridicat, iar noile proiecte, inclusiv parcurile de retail din orașele mici, au fost bine primite de piață. Centrele comerciale dominante se confruntă cu o cerere puternică, având liste de așteptare pentru chiriași și foarte puține spații disponibile. Această dinamică le oferă proprietarilor posibilitatea de a optima mixul de chiriași, facilitând un ritm sănătos de rotație și adaptarea ofertei la cerințele pieței.

"Pe termen lung, sectorul de retail din România are un potențial ridicat de expansiune, susținut de consumul în creștere, însă riscurile economice și geopolitice pot influ-

ența ritmul dezvoltării. Deși România a trecut printr-o recesiune severă în 2009-2010, piața s-a redresat rapid, iar vânzările de retail au depășit media europeană din 2014 până în prezent. Deși stocul de retail modern este sub nivelul țărilor vest-europene, cererea puternică din partea retailerilor indică oportunități semnificative de extindere, consolidând atractivitatea pieței pentru dezvoltatori, respectiv pentru investitori finali", conchide Simina Niculita, Director | Partener | Retail Agency la Colliers.

Pentru 2025, Colliers estimează livrări de peste 200.000 de metri pătrați de noi spații comerciale, incluzând extinderea Mall of Moldova din Iași (62.000 metri pătrați) și deschiderea Agora Mall din Arad (35.000 metri pătrați). În plus, NEPI Rockcastle, Iulius și Prime Kapital/MAS REI revin la dezvoltarea centrelor comerciale dominante de mari dimensiuni, de peste 100.000 de metri pătrați suprafața închiriabilă, după o perioadă axată pe parcurile de retail.

| Proprietate | Locație | Suprafața (mp) | Proprietar/Dezvoltator |
|---------------------|---------------|----------------|---------------------------------|
| Transilvania Mall | Cluj - Napoca | 130.000 | Prime Kapital - MAS Real Estate |
| Mall Moldova | Iasi | 125.700 | Prime Kapital - MAS Real Estate |
| Rivus Cluj | Cluj - Napoca | 120.000 | Iulius Group - Atterbury Europe |
| Bacău Shopping Mall | Bacău | 51.200 | Prime Kapital - MAS Real Estate |
| Galați Retail Park | Galați | 40.900 | NEPI Rockcastle |

Sursa: Cushman & Wakefield Echinox

