

Piata spatiilor comerciale

Cresterea economica pozitiva din ultimii 2 ani, coroborata cu evolutia volumului vanzarilor, a incurajat dezvoltatorii sa initieze lucrarile de constructie la unele dezvoltari comerciale de format mare (Mega Mall, Parklake Plaza, hypermarket-uri Kaufland) sau sa continue demersurile pentru implementarea proiectelor aflate in faza de proiect. Aceeasi tendinta se inregistreaza si in orasele regionale, care au un stoc foarte limitat de spatii comerciale moderne. Extinderea lanturilor comerciale de tip discount a fost o caracteristica a pietei spatiilor comerciale in 2013.

Piata din Bucuresti a consemnat deschiderea centrului comercial Promenada Mall, care a adaugat o suprafata de 35.000 mp spatii. In perioada 2014-2016, sunt propuse a fi finalizate 3 noi centre comerciale: Mega Mall (60.000 mp), Parklake Plaza (63.000 mp) si Victoria City Lifestyle (35.000 mp).

Segmentul de bricolaj a fost puternic afectat de diminuarea activitatii de constructii pe segmentul rezidential. Bricostore a resimtit efectele negative ale scaderii vanzarilor. In 2013, reseaua (15 magazine) a fost cumparata de grupul britanic Kingfisher, care planuieste extinderea retelei pe termen mediu.

Cererea pe segmentul spatiilor comerciale stradale a fost sustinuta in special de magazinele de proximitate, multe dintre acestea fiind formatele comerciale stradale (Carrefour Express, La Doi Pasi) ale marilor lanturi comerciale (Carrefour, Metro). Pe segmentul supermarketurilor, se detaseaza ca leader al expansiunilor lantul Mega Image. Acesta acopera si segmentul magazinelor mici de proximitate (Shop & Go), prin care concureaza direct magazinele marilor lanturi comerciale. Pe acest segment, cererea a fost sustinuta de supermarket-uri, magazine alimentare, confectii si incaltaminte, precum si de prestatorii de servicii (asigurari, servicii medicale, agentii de turism).

Disponibilitatea relativ mare a spatiilor comerciale stradale a generat o diminuare a chiriilor pe acest segment. Cererea este activa, insa activitatile comerciale prestate nu au capacitatea de a sustine costurile de ocupare, fortand chiriasii sa paraseasca spatiile ocupate. Acest segment are un grad de incertitudine mai mare, pe langa factorii generali care influenteaza piata spatiilor comerciale, un rol essential il au factorii de la nivelul microlocalizarii. In general, chiriile lunare pentru spatiile comerciale stradale in Bucuresti variaza intre 30-50 Euro/mp in zonele central, intre 10-25 Euro/mp in zonele secundare si intre 5-10 Euro/mp in zonele periferice.

Cererea pe segmentul centrelor comerciale a fost generata de comerciantii de imbracaminte, incaltaminte si prestatorii de servicii. Pe acest segment, fluxul de chiriasi este mai redus, tipologia acestora fiind limitata de mixul de chiriasi pe care il doreste proprietarul centrului comercial.

Segmentul centrelor comerciale nu a inregistrat evolutii notabile ale chiriilor. Acestea variaza intre 25-40 Euro/mp/luna pentru spatiile mici si 6-12 Euro/mp/luna pentru chiriasii mai mari sau tip ancora in centrele comerciale din orasele mari.

Chiriile pentru spatiile comerciale stradale, precum si cele pentru spatiile situate in centrele comerciale se vor mentine intre intervalele inregistrate in 2013. Piata spatiilor comerciale va inregistra extinderi pe segmentul centrelor comerciale, hypermarket-urilor si a magazinelor de proximitate (supermarket). Extinderile vor cuprinde si orasele regionale, care au un stoc redus de spatii comerciale moderne. Odata cu finalizarea centrelor comerciale din orasele mijlocii, se vor extinde si magazinele specializate de imbracaminte si incaltaminte, care doresc sa isi continue agresiv extinderea la nivel national, pentru a beneficia de scaderea costurilor de ocupare si spatii comerciale potrivite cerintelor specifice.