

București, România, 29 mai 2012

Studiu comun pe piața centrelor comerciale din România

Sonae Sierra și PwC lansează studiul “Formule de succes pentru centrele comerciale din România”

- Caracteristicile centrelor comerciale vor deveni din ce în ce mai complexe
- O tendință semnificativă va fi trecerea la o categorie de manageri profesioniști
- Crește importanța unor factori precum profesionalismul managementului, mixul de chiriași, activitățile de marketing și prezența online

Sonae Sierra și PwC au realizat în comun un studiu referitor la piața centrelor comerciale din România, analizând situația actuală a pieței, precum și potențialul viitor de dezvoltare, subliniind totodată factorii de succes pentru proiectele viitoare.

Intensificarea competiției pe piața românească a centrelor comerciale va duce la o nevoie sporită de competențe manageriale și abordări comerciale sofisticate, ceea ce va impune jucătorilor de pe piață să utilizeze factorii de succes în crearea unei afaceri durabile, arată recentul studiu „Formule de succes pentru centrele comerciale din România”.

„Recesiunea și stoparea finanțărilor, care a urmat acesteia, au blocat multe proiecte imobiliare, dar sunt semne că piața începe să se dezghețe. Cu toate acestea, dezvoltatorii trebuie să țină cont de faptul că succesul financiar al noilor proiecte nu trebuie privit ca fiind garantat. Există anumiți factori de succes care trebuie luați în considerare precum managementul profesionist, mixul de chiriași și posibilitățile de distracție, pe lângă factorii tradiționali precum locația și ușurința accesului. Studiul nostru comun este o încercare de cuantificare a importanței acestor factori pentru succesul unui nou centru comercial”, a declarat Bogdan Belciu, Partener, Servicii de Consultanță pentru Management, PwC România, unul dintre autorii raportului.

„Studiul Sonae Sierra și PwC analizează situația curentă a pieței și potențialul de creștere al acesteia, subliniind factorii de succes care reprezintă condiții esențiale pentru viitoarele

dezvoltări sustenabile. Acest studiu oferă dezvoltatorilor, proprietarilor și managerilor de centre comerciale mijloacele de a identifica acești factori și de a evalua diferența dintre situația actuală a lor și cea dorită”, a adăugat Ingo Nissen, Managing Director, Sonae Sierra Romania.

Dezvoltarea rapidă din perioada anterioară crizei a făcut din România una dintre economiile cu cea mai rapidă creștere din Europa, generând niveluri ridicate de investiții străine și autohtone în diferite sectoare economice, printre care și retail. Competiția pe piața centrelor comerciale a fost foarte scăzută, iar acest lucru a asigurat succesul financiar în majoritatea cazurilor, în ciuda atenției relativ scăzute acordate unor factori de succes relevanți, precum localizare, accesibilitate, mixul de chiriași, zona de food și relaxare, abilitățile și experiența managementului sau activitățile de marketing. De asemenea, planurile agresive de expansiune ale retailerilor s-au transpus într-o cerere sporită pentru spații comerciale, ceea ce alimentat o expansiune rapidă a suprafeței totale închiriable (GLA – Gross Lettable Area).

În ciuda faptului că actualul peisaj al pieței arată o corelație puternică dintre Produsul Intern Brut per capita și GLA în multe dintre regiunile geografice ale României, există câteva discrepanțe de dezvoltare între orașe și între regiuni. Analiza reliefează, de asemenea, că piața românească este relativ fragmentată. De exemplu, din cele 40 de centre comerciale analizate, primele 5 generează aproximativ 38% din cifra de afaceri totală, dar au împreună numai 21% din GLA totală. Cele mai multe centre comerciale moderne sunt situate în București și alte mari orașe, care au o rată ridicată de penetrare a retailului modern și venituri peste medie. Judecând din perspectiva dimensiunii exprimată în GLA, centrele de mici dimensiuni sunt mai numeroase în țară, cele mari și foarte mari fiind localizate în principal în București. Centrele mai puțin sofisticate, cum ar fi cele de cartier, reprezintă aproximativ 50% din totalul centrelor comerciale moderne. În plus, centrele regionale și cele supra-regionale se regăsesc în orașele principale și în București. Recent, s-a înregistrat o creștere în numărul „mega-centrelor”, acelea care folosesc ancore comerciale puternice ca principală atracție.

Este de așteptat ca anumiți factori cheie precum locația, accesibilitatea și posibilitățile de relaxare să reprezinte în continuare vectori importanți de creștere, dar competiția sporită și schimbările la nivelul cererii vor întări probabil rolul managementului profesionist, al activităților de marketing și al mixului de chiriași, factori cruciali pentru atragerea clienților și diferențierea între centrele comerciale. Acest lucru este în mod deosebit important pentru București și alte câteva mari orașe.

O tendință semnificativă va fi reprezentată de trecerea spre o categorie de manageri profesioniști care pot aduce contribuții valoroase în ceea ce privește designul contractului de închiriere, mixul de chiriași și crearea unei identități și poziționări puternice a centrului comercial. Aspecte precum unicitatea și factorul de diferențiere vor deveni cruciale în dezvoltările viitoare de retail, iar managementul centrului comercial va fi responsabil pentru această schimbare.

În plus, evoluția comportamentului consumatorilor va spori importanța altor criterii, precum designul atrăgător, locurile de parcare adecvate și ușor de accesat, calitatea spațiilor publice, ușurința navigării în interiorul centrelor comerciale. Pe termen mediu și lung, centrele comerciale din România se vor alinia la tendința europeană de revitalizare, necesară pentru a asigura succesul pe termen lung în condițiile unei intensificări a concurenței și a modificării cererii.

Raportul integral poate fi descărcat de la următoarele adrese de internet <http://www.sonaesierra.ro> și www.pwc.com/ro/publications

Despre Sonae Sierra

Sonae Sierra, www.sonaesierra.com, este specialistul internațional în centre comerciale, pasionat în a aduce inovație și entuziasm în industria centrelor comerciale. Compania este prezentă în Portugalia, Spania, Italia, Germania, Grecia, România, Maroc, Algeria, Columbia și Brazilia și deține 51 de centre comerciale. De asemenea, Sonae Sierra este activă în sectorul de furnizare de servicii unor terți parteneri în Croația. În prezent, Sonae Sierra are 3 proiecte în construcție, 6 proiecte noi în diferite faze de dezvoltare și are în curs de dezvoltare două noi proiecte pentru terți parteneri. Sonae Sierra administrează peste 70 de centre comerciale cu o suprafață totală închiriabilă de peste 2,2 milioane m², care găzduiesc un număr aproximativ 8.500 de chiriași. În 2011, centrele comerciale Sonae Sierra au primit peste 428 de milioane de vizite.

Despre PwC

Firmele din rețeaua PwC ajută organizațiile și indivizii să creeze valoarea adăugată de care au nevoie. Suntem o rețea de firme prezentă în 158 de țări cu aproape 169.000 de specialiști dedicați oferirii de servicii de calitate de audit, consultanță fiscală și consultanță pentru afaceri. Spuneți-ne care sunt lucrurile importante pentru dumneavoastră și descoperiți mai multe informații despre noi vizitând site-ul www.pwc.com/ro/pcs.

PwC se referă la rețeaua de firme PwC și/sau la una dintre firmele membre, fiecare dintre acestea fiind o entitate juridică separată. Vă rugăm să accesați pagina de internet www.pwc.com/structure pentru mai multe detalii.

© 2012 PwC. Toate drepturile rezervate.