

Warszawa, 5 października 2017 r.

Dział leasingu Apsys Polska zamyka III kwartał 2017 roku umowami na 19 tys. m² GLA

W III kwartale 2017 roku spółka Apsys zawarła 96 umów najmu na łączną powierzchnię 19 tys. m² GLA. Umowy dotyczą najmu powierzchni w 23 centrach handlowych portfolio zarządzanego przez Apsys Polska. Są to zarówno umowy wprowadzające nowe marki do centrum, jak również przedłużenia umów wygasających w najbliższym czasie. Obecnie Apsys posiada w zarządzaniu 2000 umów najmu.

Wypracowane przez lata obecności na międzynarodowym rynku unikatowe know-how Apsys w zakresie komercjalizacji obiektów handlowych pozwala organizacji tworzyć centra handlowe popularne wśród klientów i przynoszące zyski właścicielom. Obecnie Apsys zarządza w Polsce 2000 umowami najmu dla 23 centrów handlowych zlokalizowanych w 16 miastach Polski. W okresie lipiec – wrzesień 2017 roku, pomimo wakacyjnego spowolnienia na rynku, spółka zawarła 96 umów z najemcami centrów handlowych wynajmując im w sumie niemal 19 tys. m² powierzchni GLA. Były to zarówno nowe umowy, jak i umowy przedłużające dotychczasową współpracę. Wśród nowych najemców znalazły się takie marki jak: Pinko, Samsonite, Converse (Poznań), Whiskey in The Jar, Starbucks, Decathlon, Anna Kruk i pierwszy poza Warszawą Le Creuset (Manufaktura). Dla Galerii Katowickiej Apsys pozyskał marki Empik i Pasibus, dla Galerii Gniezno Vistulę i Diverse, 3 Stawy w Katowicach zyskały JYSK, a w Focus Rybnik - Vistulę. W Warszawie spółka podpisała umowy najmu m.in. z markami: New Yorker, Carpisa i Toy's box.

Apsys pozostaje w bieżącym kontakcie ze wszystkimi funkcjonującymi na polskim rynku najemcami. *„Wiele firm planujących ekspansję, zwraca się do nas o pomoc w zaplanowaniu rozwoju sieci swoich sklepów. Są to przede wszystkim marki europejskie i amerykańskie, reprezentujące branżę modową, wyposażenia domu, gastronomiczną, zarówno sieciowe jak i niszowe”* – mówi Marzena Hengenius, associate director Apsys Polska.

Podpisanie umowy najmu to efekt końcowy długiego procesu. Kilkunastoosobowy zespół specjalistów ds. komercjalizacji Apsys Polska dokładnie sprawdza rynek, analizuje możliwości socjodemograficzne i potencjał zakupowy miejsca. W oparciu o wnioski kształtuje tenant – mix, bada zainteresowanie najemców obiektem, zgłasza właścicielom uwagi odnośnie kształtu i wielkości powierzchni oraz rozmieszczenia poszczególnych sklepów. Takie podejście pozwala spółce skutecznie komercjalizować i rekomercjalizować powierzchnie



handlowe zarówno w najbardziej nowoczesnych obiektach, jak również centrach dojrzałych, istniejących na rynku od kilkunastu lat.

Przy komercjalizacji nowo powstających obiektów specjaliści Apsys ściśle współpracują z działem developmentu, architektami oraz uczestniczą w procesie planowania. *„Jeżeli inwestor wyraża zgodę, od początku konsultujemy projekt z kluczowymi najemcami. To pozwala nam sprawnie komercjalizować nowo powstające centra handlowe”* – zauważa Marzena Hengenius z Apsys Polska. Przykładem może być sukces komercjalizacji Poznania w Poznaniu, w której w dniu otwarcia działało 99% ze 100 tys. m² powierzchni najmu. Atutem nowych obiektów w negocjacjach z najemcami jest wysokiej jakości powierzchnia o konkretnych wymiarach i udogodnieniach, a także zróżnicowana, nie tylko handlowa, oferta dla klientów.

Podczas rekomercjalizacji centrów starszej generacji stawką jest dalsze, prawidłowe funkcjonowanie obiektu na rynku. *„Proces rekomercjalizacji centrum to temat, z którym obcujemy na co dzień. Współpracujemy z centrami, które powstały jeszcze w latach 90-tych ubiegłego wieku. Dojrzały rynek wymaga podnoszenia wartości projektów, zwłaszcza tych, które mają już ponad 10 lat. Przy wygasających umowach zawsze staramy się wybrać najemcę o jak największej wartości dla danego centrum, nawet jeśli wymaga to wykonania dodatkowych prac w budynku”* – mówi Sylwia Surman, associate director w Apsys Polska.

„Doskonale skomercjalizowane centrum to wynik całego procesu, który przeprowadzamy. Rozpoczynając od opracowania strategii leasingowej dla danego projektu, uwzględniającej jego przeznaczenie, dochodowość i często zakładającej rekonfigurację stanu obecnego, poprzez szerokie konsultacje rynkowe i negocjacje biznesowe z klientami. To złożony i pracochłonny proces, który dzięki naszemu doświadczeniu i potencjałowi wiemy jak prowadzić z sukcesem” – konkluduje Agnieszka Schabowicz, associate director w Apsys Polska.

Kontakt dla mediów: Joanna Stankiewicz, Effective Public Relations, (022) 822 07 52, 605 106 740, jstankiewicz@effectivepr.pl

O APSYS

APSYS jest jednym z wiodących operatorów branży centrów handlowych w Polsce i we Francji. Firma powstała w 1996 roku i działa jako inwestor, deweloper, agent ds. najmu, menadżer projektu oraz zarządca nieruchomości. Tworzy innowacyjne, „szyte na miarę” projekty uwzględniające specyfikę danego miejsca, kontekst społeczny oraz środowisko naturalne. Do największych inwestycji firmy należą Manufaktura w Łodzi oraz Poznania w Poznaniu, otwarta w październiku 2016 jako największe centrum zakupów, rozrywki i rekreacji w Wielkopolsce (100 000 m² GLA).



APSYS Polska zarządza obecnie 950 000 mkw GLA w 23 centrach handlowych zlokalizowanych w 16 największych miastach w Polsce. Firma i jej projekty były wielokrotnie nagradzane przez PRCH, ICSC oraz EuropaProperty w dziedzinach rozwoju, zarządzania oraz marketingu.

Więcej informacji: www.apsysgroup.pl