

Apsys Polska: 420 umów najmu na 71 tys. mkw. w 2017 r.

W 2017 roku dział najmu Apsys Polska podpisał 420 umów na ponad 71 000 mkw. GLA w zarządzanym przez siebie portfolio. Można to porównać do pełnej komercjalizacji bardzo dużego centrum handlowego.

Wyspecjalizowany w dostosowywaniu tenant mixu poszczególnych centrów handlowych do lokalnych uwarunkowań dział najmu Apsys Polska podsumował wyniki za 2017 rok. Efektem pracy zespołu było podpisanie 420 umów najmu, w tym 40% nowych oraz 60% przedłużających dotychczasową współpracę z najemcami, na łączną powierzchnię ponad 71 000 mkw. GLA.

„To był intensywny rok pracy dla działu najmu Apsys Polska. Najwięcej rozmów z najemcami sfinalizowaliśmy w 3 kwartale, wynajmując około 20 tys. mkw. powierzchni handlowej. Spośród 420 umów najmu podpisanych w całym 2017 roku, ok. 170 stanowił reletting. W gronie nowych najemców znalazły się np. długo wyczekiwany przez klientów w Poznaniu salon włoskiej marki modowej Pinko, czy też największa w Polsce kawiarnia Starbucks oraz nowy koncept sieci Decathlon w Manufakturze. Wiele marek, które wprowadziliśmy do centrów handlowych w minionym roku pochodzi z branży gastronomicznej i rozrywkowej. Zgodnie z tendencjami rynkowymi są one coraz ważniejsze dla współczesnych klientów, którzy poszukują miejsc do spędzania wolnego czasu” – komentuje wyniki Marek Błędowski, wiceprezes zarządu, dyrektor handlowy Apsys Polska.

Wieloletnie doświadczenie zdobyte przez dział najmu Apsys podczas komercjalizacji regionalnych i nowoczesnych konceptów handlowych typu Manufaktura w Łodzi czy Poznania w Poznaniu, jak również centrów handlowych o mniejszym zasięgu, a także starszych generacji jak Korona we Wrocławiu, pozwala spółce wprowadzać do nich marki nowe zarówno na rynku polskim, jak i lokalnym. Przykładem może być otwarcie w Galerii Katowickiej pierwszego w Europie salonu producenta fotelików i wózków dziecięcych - Maxi-Cosi, w Manufakturze pierwszej w województwie łódzkim restauracji Whiskey In The Jar słynącej z dań z wołowiny i niemal codziennych koncertów oraz w Poznaniu debiutującej na rynku poznańskim marki obuwia męskiego premium - Loake.

Unikalne i nowoczesne centra handlowe, dominujące pod względem wielkości, czy też oferty i zapewniające klientom atrakcyjne możliwości spędzania wolnego czasu są obecnie najbardziej atrakcyjne dla najemców. Obiekty mniejsze, starszych generacji, które nie dostosowały się jeszcze do zmian w nawykach zakupowych Polaków muszą znaleźć pomysł na funkcjonowanie w nowych realiach i odróżnić się od konkurencji. *„Apsys wspiera centra handlowe starszych generacji m.in. w prowadzeniu dobranej do potrzeb lokalnego rynku rekomercjalizacji. Zachęcamy najemców do wprowadzania do tych centrów nowych konceptów salonów oraz oferowania coraz szerszego zakresu usług niedostępnych online. Właścicielom rekomendujemy modernizację przestrzeni, aby*



wygospodarować więcej miejsca na strefę kulinarną i rozrywkową” – mówi Sylwia Surman, 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 Posnania w Poznaniu, otwarta w październiku 2016 jako największe centrum zakupów, rozrywki i rekreacji w Wielkopolsce (100 000 m² GLA).

APSYS Polska zarządza obecnie 1 000 000 mkw. GLA w 24 centrach handlowych zlokalizowanych w 17 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