

Miasto w budowie

„Nowe Centrum Łodzi” – to największe urbanistyczne wyzwanie w jej historii. Urzeczywistnienie tego kompleksowego planu rewitalizacyjnego zadecyduje o przyszłości miasta na całe dekady. Powstaną biurowce, hotele, obiekty handlowe. Także miejsca pracy. Przeobrażeniu ulegnie system komunikacji. Te plany, a także inne, już realizowane, czynią z Łodzi miasto warte uwagi inwestorów. – „Ożywienie” to za małe słowo na określenie stanu rynku nieruchomości komercyjnych w Łodzi – mówił w trakcie debaty toczącej podczas Property Forum

Marcin Włodarczyk, dyrektor regionalny spółki Colliers International.

– Łódź wydała siedem pozwoleń na budowę hoteli – informował **Bartłomiej Wojdak** z Urzędu Miasta. Rośnie jej lokalny rynek biurowy. 11 tys m kw. powierzchni biurowych oddano do użytku w tym roku; w budowie jest aż 85 tys. kolejnych. – Otrzymujemy wiele zapytań od potencjalnych najemców, co dowodzi istnienia rzeczywiście sporego popytu – potwierdziła obecność rozwojowego trendu **Justyna Drużyńska-Krystosiak**, dyrektor operacyjna Master Management Group.

W aglomeracji jest już szesnaście centrów handlowych. Te, które dopiero po-

wstaną, muszą się więc liczyć z dużą konkurencją. – To nie jest łatwy rynek. Czekają go jeszcze zmiany – oceniał sytuację **Piotr Karpiński**, który zarządza nieruchomościami handlowymi w CBRE.

Są jeszcze logistyka oraz rynek magazynów. Jawią się one uczestnikom Forum jako jedne z ważniejszych dróg prowadzących do gospodarczego sukcesu regionu. – Kluczem do jego rozwoju będą tu jednak przede wszystkim zasoby ludzkie – uważa dyrektor **Piotr Bzowski** z P3 Logistic Park, a dyrektor **Beata Troczyńska** ze Spedimeksu deklaruje: – Wierzę w potencjał Strykowa i Łodzi.

Siła przyciągania

Trójmiasto jest atrakcyjne dla biznesu, ponieważ: jest naszą największą, portową aglomeracją, ma rozwiniętą infrastrukturę, jest ważnym ośrodkiem przemysłowym i akademickim. No i wreszcie – centrum regionu nader chętnie odwiedzane przez turystów. Rozbudowany rynek nieruchomości komercyjnych dla takiego zespołu miast stanowi więc nie tylko wartość samą w sobie, ale podnosi także jego wartość jako miejsca przyszłych inwestycji.

Gdańsk wraz z otaczającymi go miastami jest szóstym pod względem wielkości rynkiem magazynowym w Pol-

sce. – Rzeczywiście: inwestorzy chętnie wybierają tę lokalizację – potwierdził na trójmiejskim Property Forum **Ryszard Gretkowski**, wiceprezes spółki deweloperskiej 7R Logistic.

Trójmiasto jest też jednym z najgorętszych rynków hotelowych. To dlatego, że z roku na rok wzrasta się ruch turystyczny. – Coraz łatwiej tu dotrzeć – wyjaśniała **Renata Mojsa-Ossowska**, dyrektor ds. sprzedaży i marketingu Gdańskiego Hiltona.

Pod względem nasycenia powierzchnią centrów handlowych Trójmiasto zajmuje trzecie miejsce w kraju. Czy jest tam miejsce na nowe? – Tak!

– twierdziła **Katarzyna Mituła** z Grupy Capital Park. – Muszą to być jednak obiekty dobrze przemyślane i pozycjonowane.

Wszystkie biurowce wybudowane dotąd nad Zatoką Gdańską mają blisko 550 tys. m kw. To czwarty wynik w kraju. Ale na tym z pewnością się nie skończy. Oto na przykład w Gdyni powstaje Śródmieście Morskie – zupełnie nowa dzielnica, w której znajdują się obszary dla biznesu. Przyjazne podejście do przedsiębiorców, zapewnienie im odpowiedniego kapitału ludzkiego, usług i biur jest jednym z ważnych punktów strategii miasta. ■



Artur Wojtkiewicz, partner w spółce Griffin Real Estate: – Łódź jest w bardzo ciekawym momencie rozwoju. Zrobiła ruch w kierunku zmian.



Paweł Mielcarz, starszy manager w spółce Echo Investment: – Inwestowanie w Łodzi jest opłacalne. Nie powiedzieliśmy jeszcze ostatniego słowa.



Mikołaj Ługowski, dyrektor zarządzający w spółce Nordea Operations Centre: – Łódź to dla nas prawdziwa „ziemia obiecana”. Szukamy tu nadal powierzchni.



Dorota Raben, prezes zarządu Morskiego Portu Gdańsk: – Wykorzystywanie biznesu, który nadchodzi przez morze, to duża szansa dla Trójmiasta.



Marek Ciszewski, dyrektor Centrum Handlowego Riviera w Gdyni SA: – Negocjujemy kolejne kontrakty z dużymi, także zagranicznymi graczami.



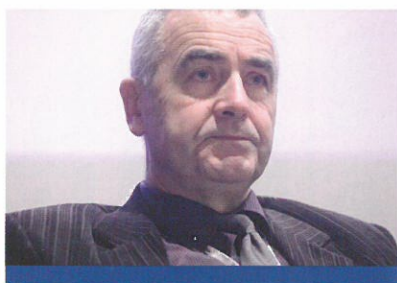
Marcin Faleńczyk, zastępca dyrektora projektu „Invest in Pomerania 2020”: – Świat zauważył, że towary warto tu przesyłać drogą morską; staramy się być na to przygotowani.



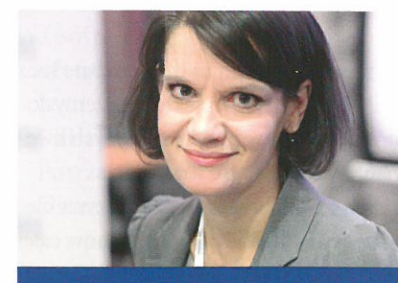
Marek Cieślak, wiceprezydent Łodzi: – Nasz rynek biurowy jest na 5-6. miejscu w Polsce. Chcemy wejść na pułk.



Arkadiusz Rudzki, dyrektor zarządzający w spółce Skanska Property Poland: – Niski poziom pustostanów w Łodzi to czynnik zmuszający developerów do działania.



Janusz Baranowski, pełnomocnik marszałka województwa łódzkiego: – Z inwestorami jest jak z grzybami: gdy wyrośnie jeden, pojawiają się następne.



Katarzyna Gruszecka-Spychała, wiceprezydent Gdyni: – Głównym elementem naszej strategii jest współpraca na forum całego Trójmiasta.



Gregory Millon, dyrektor generalny hotelu Sofitel Grand Sopot: – Trójmiasto to jedna z najlepszych lokalizacji dla hotelarzy nie tylko w Polsce, ale i w Europie Środkowej.



Alan Aleksandrowicz, prezes Gdańskiej Agencji Rozwoju Gospodarczego: – Potrzebujemy ludzi z innych miast; musimy stworzyć im warunki do pracy i mieszkania.

Partnerzy główny i partnerzy:



ECHO
investment

GRIFFIN
REAL ESTATE

PIOTRKOWSKA¹⁵⁵

SKANSKA



JLL

Logistic 7r

PKP POLSKIE KOLEJE PAŃSTWOWE
Spółka Akcyjna

