



# Nowe: wizja, cele i wyzwania

Naszym celem jest tworzenie projektów typu mixed-use, łączących handel, funkcje mieszkalne, hotele oraz biura. Chcemy realizować projekty, które będą tworzyły nową tkankę miejską i będą ściśle powiązane z lokalną społecznością – mówi

**Laurence Paquet,**  
Dyrektor Generalny  
**Ceetrus Polska**

# Polska # Immochan # Auchan

# Ceetrus Polska



ROZMAWIAŁ: ŁUKASZ IZAKOWSKI, RETAILNET.PL

Rynek handlowy zmienia się bardzo dynamicznie. Wraz z postępującą digitalizacją naszego życia, zmieniają się m.in. oczekiwania i wymagania współczesnych klientów. Odpowiedzią firmy Ceetrus na te zmiany jest kompletnie nowa strategia, czyli tzw. Wizja 2030.

Zgadza się. Musimy trzymać rękę na pulsie i reagować na zmieniające się otoczenie biznesowe. Przez wiele lat, jeszcze jako Immochan, koncentrowaliśmy się w zasadzie na jednym segmencie rynku – działaliśmy jako właściciel, inwestor, komercjalizator i zarządca centrów, galerii oraz parków handlowych z hipermarketów Auchan. W efekcie

Ceetrus jest obecnie właścicielem 24 obiektów handlowych w Polsce, które systematycznie modernizujemy i, o ile to możliwe, rozbudowujemy. Uznaliśmy jednak, że nadeszła pora na zmiany, aby dostosować się do potrzeb klientów.

**W jaki sposób zrodziła się nowa wizja firmy?**

Pod koniec 2015 roku nasi udziałowcy zdecydowali się na podział całej Grupy na 3 niezależne segmenty: część handlową łączącą sprzedaż stacjonarną i e-commerce, działalność bankową oraz sektor nieruchomości handlowych, czyli Ceetrus. Co więcej, dali nam wolną rękę i powiedzieli: „Napiszcie

w statucie, czym chcecie się zajmować”. Podeszliśmy do tej sprawy kompleksowo. Na początku stworzyliśmy platformę intranetową i poprosiliśmy wszystkich naszych pracowników, żeby podzielili się swoją wizją handlu przyszłości, jakie mają pomysły na rozwój naszej firmy, czego mogą oczekiwać od nas konsumenci, jak powinny rozwijać się miasta. Zbieraliśmy te opinie przez ponad pół roku. W 2016 roku postanowiliśmy podjąć ostateczną decyzję, w jakim kierunku ma podążać nasza firma. Dlatego spotkaliśmy się w Berlinie i w gronie około 250 osób – pracowników wszystkich szczebli, partnerów biznesowych, najemców, dostawców, udziałowców –

po tygodniu rozmów, analiz i dyskusji stworzyliśmy nową, spójną strategię. Nazwaliśmy ją Vision 2030.

### Jakie są kluczowe elementy Waszej nowej strategii Ceetrus?

Najważniejszym elementem, który uzgodniliśmy podczas spotkania w Berlinie, jest rozszerzenie działalności Ceetrus na cały rynek nieruchomości komercyjnych. Naszym celem jest tworzenie projektów typu mixed-use, łączących handel, funkcje mieszkalne, hotele oraz biura. Chcemy realizować projekty, które będą tworzyły nową tkankę miejską i będą ściśle powiązane z lokalną społecznością. Naszym marzeniem, przy współpracy z partnerami biznesowymi oraz lokalnymi władzami, jest stworzenie zrównoważonych i tętniących życiem przestrzeni publicznych. Misją Ceetrus jest budowanie i rozwijanie więzi społecznych, które będą ożywiać miasta przyszłości. Stąd też zdecydowaliśmy się również na zmianę nazwy. Obecnie łączymy słowa „city” jako arenę działalności, „see” – potwierdzającego dostrzeganie oczekiwań lokalnych społeczności i odpowiadanie na nie, „trust”, czyli zaufanie i odpowiedzialność oraz zaimek „us” – podkreślający współpracę i współtworzenie. Naszym hasłem przewodnim jest „With citizens, for citizens”, czyli „Z mieszkańcami, dla mieszkańców”.

### Potencjał do tworzenia nowych projektów macie duży. W banku ziemi posiadacie 200 hektarów gruntów.

Zgadza się. Zamieramy sukcesywnie zagospodarowywać te tereny. Jesteśmy otwarci na współpracę z innymi podmiotami. Ważne jest jedno. Chcemy współpracować z ludźmi i firmami, które podzielają nasze wizje i sposób prowadzenia biznesu. Co do samej formy współpracy, to możemy sprzedać część posiadanej ziemi, możemy ją zachować i dzierżawić, albo zainwestować na tych terenach. Opcji jest wiele, cel jeden. Ludzie chcą mieć wszystkie odpowiedzi na swoje potrzeby w pobliżu domu i pracy, a dzięki naszym istniejącym centrów handlowym przyciągamy już miliony klientów, dzięki temu możemy rozwijać inne funkcje obiektów. Tego typu koncepcję obiektów mixed-use zrealizowaliśmy już w rumuńskim Braşov oraz w Luksemburgu.

### Duży bank ziemi nie wyklucza jednak poszukiwania kolejnych terenów pod inwestycje?

Oczywiście. Wciąż szukamy nowych terenów pod inwestycje, na razie w największych polskich aglomeracjach. Chcemy zmieniać oblicze polskich miast, rewitalizować fragmenty dzielnic, tworzyć nowe obszary przyjazne dla ludzi. Obecnie w całej Europie są to najbardziej ekscytujące projekty wpisujące się w trend placemakingu. Ostatnio wygraliśmy konkurs na nową koncepcję zagospodarowania terenów Gare du Nord w Paryżu i dworca kolejowego w Vigo w Hiszpanii. Podobne inwestycje chcielibyśmy realizować również w Polsce. Proszę pamiętać, że jesteśmy równocześnie deweloperem i inwestorem. Jesteśmy obecni na polskim rynku od wielu lat, chcemy dalej się tu rozwijać, nie zamierzamy pozbywać się naszych obiektów. Dlatego tworzymy je z pasją, są naszą wizytówką, z której chcemy być dumni.

### Wspominała Pani, że Ceetrus jest w Polsce właścicielem 24 obiektów handlowych, które systematycznie są modernizowane. Na czym polegają wprowadzane w nich zmiany?

Po pierwsze każdy projekt jest inny. Przykładamy dużą wagę do lokalności naszych projektów. Mają odpowiadać na potrzeby lokalnych społeczności, które mogą być inne w zależności od konkretnego miejsca.


Ceetrus Polska rozpoczął wdrażanie znaku jakości Oshopping w wybranych centrach handlowych Auchan w 2016 roku. Ten znak potwierdza wysoką jakość centrum w obszarach: oferty, dostępnych udogodnień dla klientów, takich jak m.in. strefy wypoczynku, przestrzenie co-workingowe, pokoje dla rodziców i dzieci, a także nowych technologii oraz animacji dla dzieci i dorosłych. Już trzy centra handlowe: Centrum Handlowe Auchan Gdańsk, Centrum Handlowe Auchan Hetmańska oraz Centrum Handlowe Auchan Bydgoszcz, wykorzystują znak jakości Oshopping w swoim logo.

Będziemy go wdrażać w większości modernizowanych obiektów. Co roku modernizujemy 3–4 galerie. W tym roku będą to centra w Białymstoku przy ul. Produkcyjnej oraz w Bielanach Wrocławskich. W przyszłym planujemy zająć się galeriami w Gliwicach i w Szczecinie.

W ciągu nadchodzących miesięcy przeprowadzimy również renowację naszych mniejszych

centrów handlowych w Żorach i w Krasnem pod Rzeszowem.

Docelowo renowację przejdą wszystkie nasze obiekty. Tam, gdzie prace zostały już ukończone, ich efekty są bardzo zadowalające. Dowodem jest rosnący footfall oraz turnover.

Przy okazji tych zmian inwestujemy również w ochronę środowiska poprzez spełnienie wszystkich norm potrzebnych do uzyskania certyfikatu BREEAM. Nie chodzi tylko o naszą dbałość o środowisko naturalne. Podążając za jednym z celów naszej wizji, chcemy edukować mieszkańców w tym zakresie, dać im dobry przykład. Każdego roku organizujemy około 1000 animacji CSR w naszych centrach handlowych. 



## CEETRUS POLSKA

Rozwija działalność w takich obszarach, jak handel, nieruchomości mieszkaniowe, biura, infrastruktura, turystyka i rekreacja. Ceetrus Polska (do czerwca 2018 roku właściciel, inwestor, komercjalizator i zarządca centrów, galerii oraz parków handlowych Auchan. Firma Ceetrus powstała w 1976 roku we Francji, a dziś jest obecna w 12 krajach na świecie. W Polsce prowadzi działalność od 1996 roku. Obecnie posiada 24 centra handlowe i zarządza powierzchnią handlową blisko 700 tys. mkw. Ceetrus Polska jest również wyłącznym komercjalizatorem 16 obiektów handlowych z hipermarketem Auchan (d. Real) o powierzchni 38 183 mkw.



PARTNER WELCOME MIXER

SCF

SHOPPING  
CENTER  
FORUM  
CEE EXHIBITION  
& CONFERENCE