

Itiksen kävijämäärä, myynti ja vuokrausaste kasvoivat – investoinnit yli 20 miljoonaa euroa

Kauppakeskus Itiksen kävijämäärä ylitti 17 miljoonaa ja kokonaismyynti kasvoi 2,5 prosenttia viime vuonna. Vuokrausaste nousi edellisvuodesta, ja uusia vuokrasopimuksia allekirjoitettiin 18. Kauppakeskuksen kiinteistön omistava Wereldhave investoi yli 20 miljoonaa euroa Finnkinon 9-salin elokuvateatteriin, joka avautuu ensi vuonna.

Kauppakeskus Itiksen vuoden 2016 kävijämäärä ylsi 17,3 miljoonaan, mikä on 2,3 prosenttia edellisvuotta enemmän. Liikkeiden kokonaismyynti kasvoi 2,5 prosenttia ollen 322,3 miljoonaa euroa. Vuokrausaste oli vuoden lopussa 95,7 prosenttia (vrt. 92,5% 2015). Itiksen kaupallinen ja operatiivinen johtaja **Richard Belt** on tulokseen tyytyväinen.

– Markkinoilla tapahtui vuoden 2016 aikana selkeä käänne positiiviseen suuntaan. Uusia pitkäaikaisia liikeilojen vuokrasopimuksia solmittiin 18 ja lisäksi meillä oli lähes 10 pop-up myymälää. Itikseen avautui useita uusia ravintoloita ja kahviloita, kuten kahvilaketju Espresso House, Hans Välimäen ensimmäinen Pasta Box -ravintola sekä Kim Heiniön luomaan Soupster-ryhmään kuuluva laadukas ja urbaani hampurilaisravintola The Lucky Bastard. Myös Fafa's ja Pancho Villa avasivat ravintolat Itikseen, iloitsee Richard Belt.

Myös Itiksen myymälävalikoima täydentyi merkittävästi.

– Miesten pukeutumisen erikoisliike Volt avasi myymälän paraatipaikalle Itikseen, naisten muotitarjontaa täydensi mm. Voglia ja kenkävalikoimaa Sievi. Kenkätarjonnan kasvu jatkui myös tänä vuonna, kun mittavaksi ketjuksi tähtäävä kotimainen Shooz aloitti toimintansa Itiksestä, jatkaa Belt.

Pieniä kotimaisia liikkeitä mukaan

Itiksen asiakastutkimuksissa asiakkaat toivovat pieniä kotimaisia liikkeitä suurempien kansainvälisten ketjujen rinnalle. Beltin mukaan pop-up putiikit vastaavat tähän toiveeseen.

– Itiksessä toimi viime vuonna useita pieniä pop-up liikkeitä, kuten sisustustavaramyymälä FinnMari, muotiliike Iana Helsinki sekä kymmenen suomalaisen suunnittelijan yhteinen Finnish Design pop-up.

– Monelle pienyritykselle pitkä vuokrasopimus on liian suuri riski ja he etsivät mahdollisuutta tulla testaamaan konseptiaan. Esimerkiksi Finnish Design pop-up avasi syksyn menestyksen jälkeen Itiksessä uuden pop-up -myymälän huhti- ja toukokuun ajaksi, Belt toteaa.

Investointia viihtyisyyteen ja viihteyteen

Operatiivisella puolella Itiksessä keskityttiin Beltin mukaan erityisesti turvallisuuteen.

– Investoimme noin 2 miljoonaa euroa turvatekniikkaan. Uusimme kokonaan turvaluomomme sekä kauppakeskuksen kameravalvonnan. Kaikissa suurissa kauppakeskuksissa tapahtuu ei-toivottua toimintaa, kuten näpistyksiä, mutta Itiksestä on näiden uudistusten myötä tullut se paikka, jossa töppäilystä jää varmimmin kiinni, Belt toteaa.

Muita vuoden 2016 kohokohtia olivat Itiksen yhteiskunnalliset panostukset, kuten yhteistyö Hope – yhdessä ja yhteisesti ry:n kanssa vähävaraisten lapsiperheiden auttamiseksi, nuorten työllisyyden edistämiseen tähtäävä kesätyöohjelma Itäkeskuksen peruskoulun kanssa sekä ramadanin ja id-al-fitr -juhlan huomioinut kaupallinen kampanja, joka kasvoi valtakunnallista huomiota herättäneeksi kannanotoksi tasa-arvon puolesta.

Itiksen tulevaisuudennäkymät ovat Beltin mukaan erittäin valoisat.

– Anttilan valittava konkurssi avasi meille mahdollisuuden rakentaa Itikseen asiakkaidemme kovasti toivoman elokuvateatterin. Investoimme yli 20 miljoonaa euroa Finnkinon 9-salin huippumodemiin elokuvateatteriin, joka avautuu vuonna 2018, kertoo Belt.

Itiksen välittömälle vaikutusalueelle Myllypuroon rakennetaan parhaillaan Metropolia ammattikorkeakoulun kampusta, jonka ensimmäinen osa valmistuu samaan aikaan Itiksen uuden elokuvateatterin kanssa. Kampus tuo Itiksen välittömään läheisyyteen yhteensä noin 6000 opiskelijaa ja 600 Metropolian työntekijää. Molemmat hankkeet vaikuttavat merkittävästi Itiksen tarjonnan kehittämiseen.

– Arvioimme, että Itiksen elokuvateatterissa käy 750 000 katsojaa vuodessa ja lisäksi aivan Itiksen naapurin tulee valtava kampusalue. Nämä hankkeet lisäävät ravintolapaikkojen kysyntää todella merkittävästi, Belt selvittää.

– Konseptoimme parhaillaan tulevan elokuvateatterin välittömään läheisyyteen uutta ravintola-aluetta, jossa pystymme tarjoamaan tilat 3-4 uudelle toimijalle.

Itis increased its number of visitors, sales, and occupancy: investments of over EUR 20 million

Itis shopping centre's number of visitors exceeded 17 million, and total sales grew by 2.5 per cent last year. The occupancy rate rose from the previous year, and 18 new lease agreements were signed. Wereldhave, which owns the shopping centre property, will invest over EUR 20 million in Finnkinon's 9-screen cinema, which opens next year.

Itis shopping centre's visitor numbers for 2016 exceeded 17.3 million, 2.3 percent more than the previous year. Total sales in the outlets increased by 2.5 percent, to EUR 322.3 million. The occupancy rate at the end of the year was 95.7 per cent (compared to 92.5% for 2015). **Richard Belt**, Director of Leasing, Operations & Commercial for Wereldhave Finland Oy and Itis Shopping Centre, is pleased with the result.

"There was a clear turn in a positive direction in the market during 2016." Leases were signed on 18 long-term premises and, in addition, we had around 10 pop-up stores," say Belt. Itis opened several new restaurants and cafes, such as the coffee chain Espresso House, Hans Välimäki's first Pasta Box

restaurant, and Kim Heiniö's hamburger restaurant The Lucky Bastard, which is part of the high-quality urban chain Soupster. Fafa's and Pancho Villa also opened restaurants in Itis."

The range of stores at Itis also expanded significantly.

"The men's clothing specialty chain Volt opened a store in a prime spot in Itis, and women's fashion offerings were complemented by Voglia and others, and footwear by Sievi. The growth in footwear offerings also continued this year when the ambitiously expanding domestic chain Shooz opened a branch in Itis," continues Belt.

Small Finnish outlets are well represented

According to Itis customer surveys, customers want to see small domestic businesses alongside the larger international chains. In Belt's view, pop-up boutiques respond to this demand.

"In Itis last year, there were several small pop-up stores, such as the interior design shop FinnMari, the fashion store Ivana Helsinki, and the Finnish Design pop-up, which was a joint effort of ten Finnish designers.

For many small businesses a long lease is too great a risk, and they want the opportunity to test their concept. For example, based on its autumn success the Finnish Design pop-up is opening a new pop-up store in Itis in April and May," Belt adds.

Investing in pleasantness and entertainment

On the operational side, Belt says, particular attention was paid to safety at Itis.

"We invested about EUR 2 million in safety technology. We completely renewed our safety control room, and the shopping centre's camera surveillance. All large shopping centres are vulnerable to unwanted activities such as theft. Belt says, however, that the changes mean Itis is now the place where thieves are most certain to get caught.

Other highlights of 2016 were the social investments that Itis made, such as cooperation with the organisations Hope - yhdessä ja yhteisesti ry, which helps low-income families with children, cooperation with the Itäkeskus elementary school to promote employment of young people, and a campaign that promotes equality by taking account of the Muslim religious events of Ramadan and Id-al-fitr. This campaign has attracted a large amount of attention throughout Finland.

According to Belt, the prospects for Itis are very bright.

"Anttila's unfortunate bankruptcy gave us the opportunity to build a cinema, which had been demanded for a long time by our customers. We're investing over EUR 20 million in FinnKino's 9-screen ultra-modern movie theatre, which opens in 2018," says Belt.

Itis has an immediate impact on the neighbouring area of Myllypuro, where a campus for the Helsinki Metropolia University of Applied Sciences is currently being built. The first part of the project will be completed at the same time as Itis opens its cinema. The campus will bring around 6,000 students and around 600 Metropolia employees to the immediate vicinity of Itis. Both projects will have a notable effect on the development of the outlets and services that Itis offers.

"We estimate that the cinema in Itis will attract around 750,000 moviegoers per year, and a huge campus is also being built close to Itis. These projects will bring a really significant increase in the demand for restaurants," Belt explains.

"Our concept is currently to create three or four new facilities in the immediate vicinity of the forthcoming cinema to offer to restaurant operators."

Lisätietoja/more information:

Richard Belt, kaupallinen ja operatiivinen johtaja, Director of Leasing, Operations & Commercial, Wereldhave Finland Oy and Itis Shopping Centre, tel. 358 40 664 5999/ richard.belt@wereldhave.com

Kauppakeskus Itis

Itis on Suomen suurin kauppakeskus, jossa on yli 120 myymälää, yli 50 palvelua ja kymmeniä ravintoloita sekä kahviloita. Lapsiperheet viihtyvät Itiksen Leikkiasemalla ja lauantaan lapsia tanssittaa discossa Itiksen maskotti Riehuli. Itiksessä asioi vuosittain yli 17 miljoonaa asiakasta. Kauppakeskus Itiksen omistaa hollantilainen kiinteistösijoitusyhtiö Wereldhave N.V. <http://www.itis.fi>

Itis Shopping Centre

Itis is Finland's largest shopping centre, with over 120 stores, more than 50 services, and dozens of restaurants and cafes. Families with children will enjoy the Itis Leikkiasema play area, and on Saturdays kids can go disco dancing with Riehuli, Itis' mascot. Itis serves over 17 million customers annually. Kauppakeskus Itis is owned by the Dutch real estate investment company Wereldhave N.V. <http://www.itis.fi>