

Dojrzały obiekt, nowoczesne rozwiązania. Jak Apsys zarządza Manufakturą od dwudziestu lat

Apsys Polska działa na rynku od trzech dekad jako inwestor, deweloper i zarządca nieruchomości komercyjnych. Manufaktura w Łodzi jest jednym z największych kompleksów handlowo-kulturalnych w Europie. To projekt, który najlepiej ilustruje, jak Apsys zarządza aktywami: długofalowo, konsekwentnie i z nastawieniem na budowanie trwałej wartości obiektu.

W 2003 roku Apsys rozpoczął rewitalizację zdegradowanego terenu po dawnej fabryce Izraela Poznańskiego w Łodzi. Projekt pochłonął ponad 200 mln euro i wymagał zaangażowania ok. 3 tys. osób. W maju 2006 r. Manufaktura otworzyła się jako pierwszy w Polsce obiekt łączący handel, gastronomię, kulturę i rozrywkę w jednej spójnej przestrzeni, zachowując industrialny charakter zabytkowych hal. W 2012 r. Manufakturę kupił Union Investment Real Estate na rzecz funduszu inwestycyjnego Unilmo: Deutschland, a Apsys do dziś pozostaje jej zarządcą.

Aktywne zarządzanie, konkretne wyniki

Manufaktura powstała w innych warunkach rynkowych niż obecnie. E-commerce nie było wówczas realną konkurencją dla handlu stacjonarnego, smartfony nie służyły do robienia zakupów z dowolnego miejsca na świecie, a ESG nie było jednym z kluczowych kryteriów decyzji inwestycyjnych. Mimo to w 2025 r. Manufaktura zakończyła ze stuprocentowym poziomem wynajęcia powierzchni handlowej i wzrostem obrotów o 2,3% rok do roku. Rocznie Manufakturę odwiedza nawet 21 mln osób.

Stuprocentowy poziom wynajmu to efekt konsekwentnej strategii komercjalizacji, którą realizuje zespół leasingu Apsys. W 2025 r. do Manufaktury dołączyło wiele nowych marek, wśród których znaleźli się m.in.: Tempur, Adopt Perfumes, Grand Optical i Smoke. Ofertę modową wzmocniły Bimba y Lola, Boggi Milano, łódzkie NAOKO oraz TATUUM, a do grona najemców gastronomicznych dołączył Świat Pierogów.

- Ubiegły rok zakończyliśmy stuprocentowym wynajęciem powierzchni. To dla nas potwierdzenie, że nasi dotychczasowi partnerzy nam ufają, a nowi widzą siłę i potencjał Manufaktury i to właśnie tu chcą rozwijać swój biznes. Budując tenant-mix nie kierujemy się jedynie chęcią zapełnienia wolnej powierzchni, każda marka jest dobierana pod kątem potencjału biznesowego i spójności z pozycjonowaniem obiektu oraz oczekiwaniami klientów - **mówi Elżbieta Rek, Portfolio Leasing Director Apsys Polska.**

Także w tym roku portfolio Manufaktury wzbogaciło się o nowe marki takie jak Oysho, Burger Majster czy ścianka wspinaczkowa – Manufaktura Wspinania.

Nieustanny rozwój

Na przestrzeni lat w Manufakturze wprowadzane były liczne ulepszenia, które mają wpływ na codzienne funkcjonowanie obiektu i jakość doświadczeń odwiedzających. W 2015 r. został oddany do użytku trzypoziomowy, połączony bezpośrednio z obiektem, parking od strony ul. Drewnowskiej z dodatkowymi 420 miejscami. Tym samym całkowita liczba dostępnych miejsc parkingowych zwiększyła się do 3500. W latach 2019 - 2020 przeprowadzono kompleksowy remont, który kosztował 90 mln zł. Objął on między innymi modernizację całej strefy foodcourt, w tym dodanie ogromnego świetlika nad tą częścią, renowację pasaży i przestrzeni wspólnych, wymianę mebli, dodanie nowych wewnętrznych placów zabaw, przebudowę wejścia głównego oraz fasady obiektu, a także zamontowanie nowych instalacji oświetleniowych i wentylacyjnych. W 2023 r. na dachu Manufaktury została uruchomiona farma fotowoltaiczna o mocy 500 kWp. Była to pierwsza w Polsce tego typu instalacja na obiekcie handlowym. W 2025 r. Manufaktura uzyskała podwójny certyfikat BREEAM In-Use na najwyższym możliwym poziomie Outstanding w kategoriach: asset performance (88,9%) oraz management (85,3%). Jest tym samym jedną z trzech nieruchomości handlowych w Polsce i jedną z dwudziestu na świecie z takim wynikiem. Obiekt certyfikowany jest od 2011 r. i przeszedł długą drogę od poziomu Very Good przez Excellent do Outstanding. To ścieżka szczególnie wymagająca w przypadku obiektu zabytkowego, gdzie możliwości modernizacji są ograniczone.

- Fundamentem wyznaczającym kierunek działań zarządczych, w tym także tych z zakresu zrównoważonego rozwoju, jest spójna jasno określona wizja właściciela Manufaktury, Union Investment Real Estate oraz Apsysu jako zarządcy. Wprowadzane przez lata udogodnienia i podejmowane działania pozwalają nie tylko ograniczać wpływ na środowisko, ale także zadbać o dobrostan i najlepsze doświadczenia klientów odwiedzających obiekt – **mówi Sławomir Murawski, dyrektor Manufaktury.**

Zarządca jako partner inwestora

Manufaktura ma dwadzieścia lat, ale jej wyniki udowadniają, że dobrze zarządzany obiekt, dzięki wspólnej wizji i współpracy właściciela oraz zarządcy, wciąż może być atrakcyjnym aktywem dla inwestora, dobrym wyborem dla marek zarówno tych zakorzenionych na rynku, jak i dopiero na niego wchodzących, a także pierwszym wyborem dla szerokiego grona klientów.

Apsys systematycznie mierzy jakość zarządzania m.in. poprzez autorski program „At Your Service”, którego częścią jest niezależny audyt ponad 60 usług i udogodnień przeprowadzany we wszystkich obiektach z portfolio zarządczego spółki. W minionym roku Manufaktura uzyskała najwyższy wynik - 99% w ocenie ogólnej. Co roku organizowane są także badania satysfakcji właścicieli i najemców, których wynik od lat systematycznie rośnie.

Dziś Manufaktura jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych destynacji handlowo – kulturalnych w Polsce i wizytówką Łodzi. Przyciąga turystów nie tylko z regionu, ale z całego kraju i z zagranicy. Od otwarcia zdobyła aż 42 nagrody branżowe m.in. za działania marketingowe i leasingowe, CSR oraz rewitalizację przyznawane przez najważniejsze organizacje branżowe.

W przyszłości Apsys planuje zazielenienie rynku Manufaktury, dalszą rozbudowę farmy fotowoltaicznej oraz modernizację systemów HVAC (ogrzewania, wentylacji i klimatyzacji). Manufaktura planuje także wybudowanie łącznika, który umożliwi bezpośrednie przejście do powstającego obok podziemnego przystanku Łódź Polesie, będącego częścią łódzkiego tunelu średnicowego, podziemnej linii kolejowej łączącej główne węzły komunikacyjne miasta. Dzięki temu będzie można dotrzeć do Manufaktury z Łodzi Fabrycznej, Kaliskiej i Żabieńca bez przesiadek i korków, co znacznie zwiększy grupę klientów przyjeżdżających transportem publicznym.

Dla właścicieli aktywów komercyjnych Manufaktura jest odpowiedzią na pytanie, czego oczekiwać od dobrego zarządcy: nie tylko sprawności operacyjnej w dniu przejęcia, ale zdolności do budowania wartości przez dekady.