

Warszawski Rynek Handlowy, 3 kwartał 2015

Rosnące znaczenie ulic handlowych i projektów wielofunkcyjnych



Czynsze 'prime' na ulicach handlowych
EUR 85/ mkw./ miesiąc



Czynsze 'prime' w centrach handlowych
EUR 90/ mkw./ miesiąc



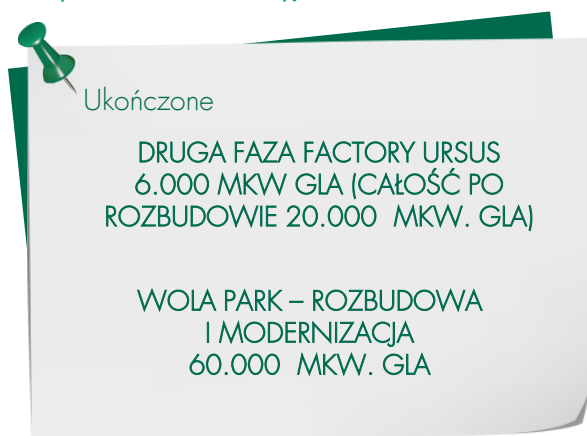
Stopa pustostanów
1.5%



Stopa kapitalizacji Centra handlowe
5.5%

*Strzałki wskazują zmianę r-d-r

Ilustracja 1: Centra handlowe istniejące i w budowie



Całkowita powierzchnia handlowa w budowie
139.350 mkw. GLA

- Galeria Północna, 60.000 mkw. GLA
- Galeria Wołomin, 25.000 mkw. GLA
- Modo, 16.000 mkw. GLA

Źródło: CBRE, Q3 2015

- Uwidacznia się dojrzałość rynku handlowego wraz z coraz bardziej zróżnicowaną ofertą i formatami handlowymi – tradycyjne formaty powinny więc teraz szukać sposobów zwiększenia swojej atrakcyjności i konkurencyjności.
- Znaczenie projektów wielofunkcyjnych z powierzchniami handlowymi na najniższych kondygnacjach wzrasta. Kształtuje się nowe podejście do zakupów na warszawskim rynku handlowym, co może być szansą dla rozwoju ulic handlowych.
- Zauważalna jest aktywność najemców, kilka marek ogłosiło wejście na rynek, m.in. Dunkin Donuts, Le Coq Sportif i Patisserie Paul.

Ilustracja 2: Wybrane obiekty z pozwoleniem na budowę

Art Norblin planowane otwarcie w 2017, 21.200 mkw.

Manhattan Pruszków planowane otwarcie w 2017, 13.000 mkw.

Źródło: CBRE, Q3 2015

PERSPEKTYWY

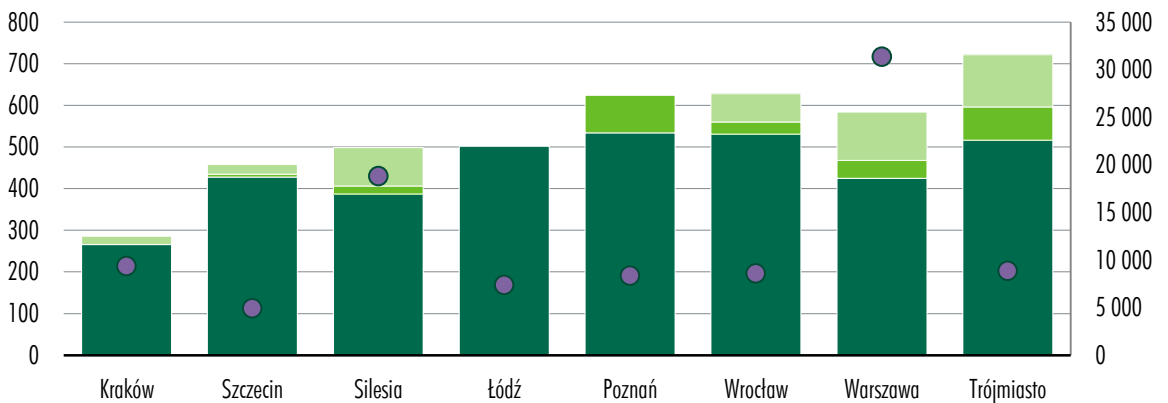
Rynek powierzchni handlowych aglomeracji warszawskiej jest stabilny, żaden nowy projekt nie został otwarty w minionym kwartale. Około 139,400 mkw. powierzchni handlowej w budowie według planu ma zostać ukończona w przeciągu najbliższych dwóch lat. Składa się na nią sześć nowych centrów handlowych i jedna rozbudowa.

Wzrasta popyt na lokale przy warszawskich ulicach handlowych, głównie dzięki debiutom zagranicznych marek, poszukujących lokalizacji pod swoje flagowe sklepy. Najczęstsze powody dla których marki rezygnują z tych planów to brak odpowiednio dużych lokali, ograniczenia związane z ochroną zabytkowych budynków i niejasne kwestie dotyczące własności.

Tabela 1: Kluczowe dane rynku handlowego, Q3 2015

	Warszawa	Cała Polska (bez Warszawy)
Czynsz prime - centra handlowe	90-120 EUR/ mkw./ miesiąc	45 EUR/ mkw./ miesiąc
Czynsze prime – ulice handlowe	85 EUR/ mkw./ miesiąc	55-65 EUR/ mkw./ miesiąc
Czynsze prime – parki handlowe	12 EUR/ mkw./ miesiąc	8 EUR/ mkw./ miesiąc
Całkowita powierzchnia handlowa	1.390.800 mkw.	9.150.200 mkw.
Powierzchnia handlowa w budowie	139.350 mkw.	685.300 mkw.
Planowana powierzchnia handlowa z pozwoleniem na budowę	46.800 mkw.	254.600 mkw.
Procent wakatów	1,5%	3,5%
Nasylenie rynku powierzchni handlową	425 mkw./ 1.000 mieszkańców	274 mkw./ 1.000 mieszkańców

Wykres 1: Nasylenie rynku i siła nabywcza polskich aglomeracji

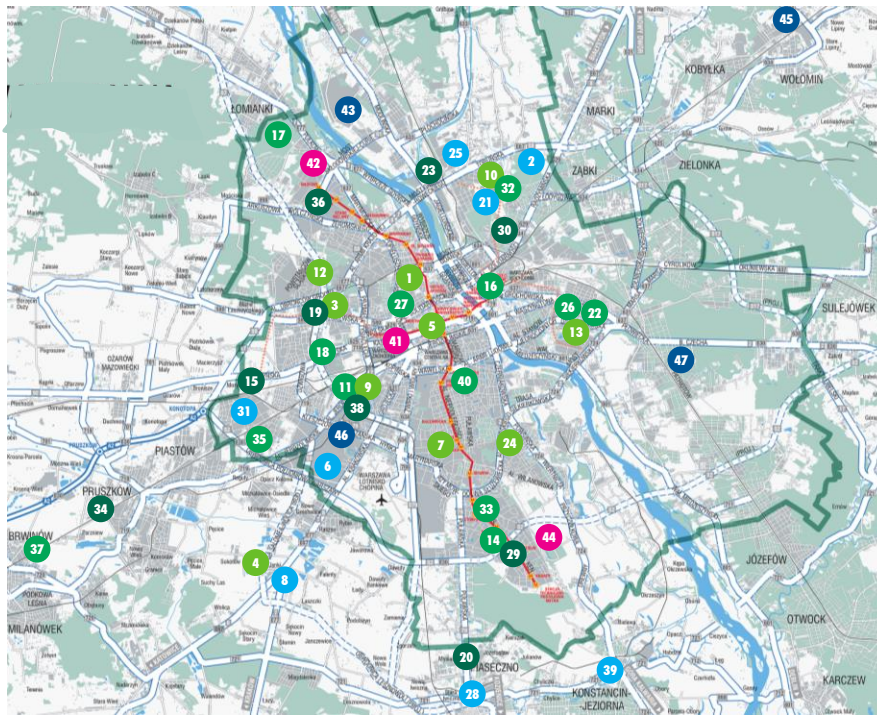


■ Nasylenie rynku - pow. istniejąca ■ Nasylenie rynku - pow. w budowie ■ Nasylenie rynku - pow. planowana ● Siła nabywcza w mln EUR, 2014

Źródło: CBRE, 3 kw. 2015; GfK, 2014

AGLOMERACJA WARSZAWSKA JEST NAJATRAKCYJNIEJSZA POD WZGLĘDEM SIŁY NABYWCZEJ; MA WCIAŻ BARDZO DUŻY POTENCJAŁ INWESTYCYJNY.

Ilustracja 5: Warszawskie centra handlowe (istniejące, w budowie i najważniejsze planowane projekty)



I generacja
 II generacja
 III generacja
 Specjalistyczne
 W budowie
 Planowane

Źródło: CBRE, 3 kw. 2015

Aby dowiedzieć się więcej o CBRE Research lub uzyskać dostęp do innych publikacji, prosimy odwiedzić Global Research Gateway na stronie internetowej www.cbre.com/researchgateway.

OBSERWUJ NAS NA:



CENTRUM	
1.	ARKADIA
2.	TARGÓWEK RP + M1
3.	WOLA PARK
4.	CENTRUM JANKI
5.	ZŁOTE TARASY
6.	CH KRAKOWSKA 61
7.	GALERIA MOKOTÓW
8.	JANKI RP
9.	BLUE CITY
10.	ATRIUM TARGÓWEK
11.	ATRIUM REDUTA
12.	CARREFOUR BEMOWO
13.	ATRIUM PROMENADA
14.	CENTRUM URSYNÓW
15.	TESCO POŁCZYŃSKA
16.	GALERIA WILEŃSKA
17.	AUCHAN ŁOMIANKI
18.	FORT WOLA
19.	TESCO GÓRCZEWSKA
20.	AUCHAN PIASECZNO
21.	ZIELONY PARK HANDLOWY
22.	KING CROSS PRAGA
23.	AUCHAN MODLIŃSKA
24.	SADYBA BEST MALL
25.	FACTORY ANNOPOL
26.	CH GOŚCŁAW
27.	KLIF
28.	FASHION HOUSE
29.	TESCO KEN
30.	TESCO STALOWA
31.	FACTORY URSUS
32.	GALERIA RENOVA
33.	KEN CENTER
34.	TESCO PIASTÓW
35.	CENTRUM SKOROSZE
36.	E.LECLERC BIELANY
37.	GALERIA BRWINÓW
38.	E.LECLERC JUTRZENKI
39.	STARA PAPIERNA
40.	PLAC UNII CITY SHOPPING
41.	WARSZAWA GŁÓWNA
42.	GALERIA MŁOCINY
43.	GALERIA PÓŁNOCNA
44.	GALERIA WILANÓW
45.	GALERIA WOŁOMIN
46.	MODO
47.	FERIO WAWER

Joanna Mroczek
 Director
 Research and Marketing
 +48 22 544 8061
joanna.mroczek@cbre.com

Beata Kokeli
 Senior Director
 Retail Agency
 +48 22 544 8084
beata.kokeli@cbre.com

Walter Wölfler
 Senior Director
 Head of Retail CEE
 +43 1 533 40 80-97
walter.woelfler@cbre.com

Agata Czarnecka
 Associate Director
 Research and Consultancy
 +48 22 544 010
agata.czarnecka@cbre.com

Magdalena Fratzczak
 Director
 Retail Agency
 +48 22 544 8017
magda.fratczak@cbre.com

BIURO CBRE
CBRE sp. z o.o.
 Rondo ONZ 1, 24 piętro
 Warszawa, 00-124

Disclaimer: CBRE oświadcza, iż informacje zawarte w raportach pochodzą ze źródeł, które uważa za wiarygodne, jednakże prawdziwość informacji nie została przez CBRE zweryfikowana i związku z tym CBRE nie gwarantuje ani nie zapewnia, że informacje te są prawdziwe. Jakkolwiek przewidywania, opinie, założenia, oszacowania zawarte w raportach zostały podane jedynie dla przykładu i nie odzwierciedlają aktualnej ani przyszłej sytuacji na rynku. Ani CBRE ani jakikolwiek jej reprezentant, lub pracownik CBRE nie ponosi odpowiedzialności za szkody poniesione przez Klienta powstałe na skutek wykorzystania w jakikolwiek sposób raportów w całości lub w części.