

RETAIL RESEARCH FORUM



**POLSKA RADA
CENTRÓW HANDLOWYCH**
POLISH COUNCIL
OF SHOPPING CENTRES

RAPORT 1 POŁ. 2013



Europa Centralna, Gliwice





RAPORT 1 POŁ. 2013

Spis treści

1. Podaż nowoczesnej powierzchni centrów handlowych* w Polsce	2
2. Wskaźnik nasycenia powierzchnią centrów handlowych na koniec pierwszej połowy 2013 roku	5
3. Nowoczesna powierzchnia centrów handlowych w Polsce w podziale na formaty . . .	11
4. Projekty otwarte i rozbudowane w pierwszej połowie 2013	13
5. Wskaźnik powierzchni niewynajętej w centrach handlowych	14
6. Najemcy i struktura najmu w centrach handlowych w Polsce	17
7. Siła nabywcza mieszkańców miast a podaż powierzchni handlowej	20
8. O PRCH Retail Research Forum	23

* w tradycyjnych centrach handlowych, parkach handlowych, centrach specjalistycznych i centrach wyprzedażowych

Raport H1.2013 PRCH Retail Research Forum

Raport został opracowany i złożony na zlecenie i ze środków Polskiej Rady Centrów Handlowych (PRCH), I-VI.2013. Wszelkie prawa zastrzeżone.

Raporty RRF publikowane są regularnie co pół roku i dostępne na zasadach członkowskich Polskiej Rady Centrów Handlowych. Wszelkie kopiowanie lub publikowanie może odbywać się jedynie za zgodą PRCH. Raport może podlegać szczególnym warunkom w zakresie publikacji informacji, ustanawianym przez osoby trzecie.

Zdjęcia centrów handlowych wykorzystano za zgodą. Podziękowania dla: Echo Investment S.A., Galerii Mallwowa Sp. z o.o., Helical Poland Sp. z o.o., MarcPol S.A., Neinver Polska Sp. z o.o., Rank Progress S.A.

Niniejszy raport zawiera informacje, które zostały wykorzystane w jego opracowaniu, przy założeniu, że są one prawdziwe i kompletne. Mimo dołożenia wszelkich starań w celu zapewnienia pełnej zgodności przedstawionych informacji, PRCH ani RRF nie przyjmuje żadnej odpowiedzialności w przypadku, gdyby informacje te okazały się nieprawdziwe lub niekompletne, ani nie składa żadnych oświadczeń ani zapewnień, wyraźnych lub dorozumianych, co do prawdziwości lub kompletności informacji zawartych w niniejszym raporcie. Raport może zawierać błędy lub pominięcia.

RAPORT 1 POŁ. 2013

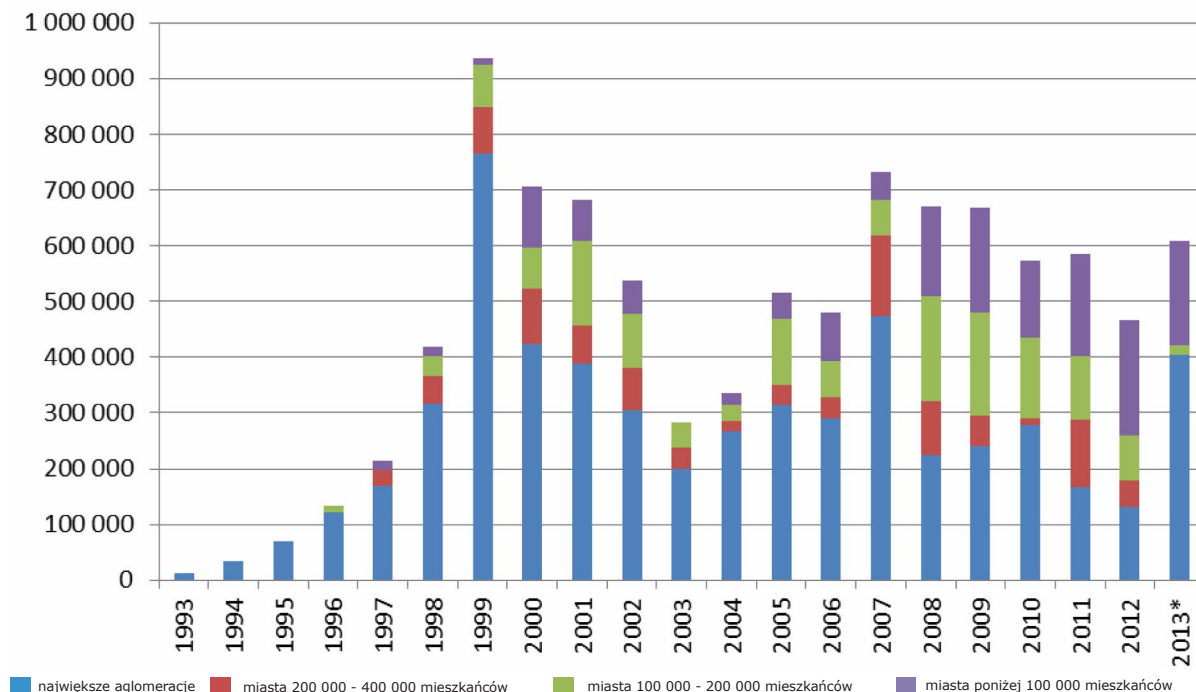
1. Podaż nowoczesnej powierzchni centrów handlowych w Polsce

Na polskim rynku, od początku lat 90-tych, odnotowano dwie fale wzmożonej podaży – w roku 1999 oddano do użytku łącznie 930 000 m kw. powierzchni najmu brutto (rekord rocznej podaży od początku istnienia rynku centrów handlowych w Polsce) a w roku 2007 ponad 730 000 m kw. Warto zwrócić uwagę na korelację wielkości rocznej podaży z cyklami koniunkturalnymi w gospodarce, pamiętając o charakterystycznym dla rynku nieruchomości „przesunięciu”, tj. 3-5 letnim okresie od momentu podjęcia decyzji o inwestycji do

otwarcia centrum handlowego. Podaż powierzchni centrów handlowych od 2010 roku ustabilizowała się w Polsce na poziomie 550 000 – 600 000 m kw. GLA rocznie. Analiza danych wskazuje na wzrost zainteresowania deweloperów w ostatnich sześciu latach miastami małej i średniej wielkości, przy czym większość centrów handlowych w miastach o wielkości 100 000 – 200 000 mieszkańców została zbudowana w latach 2008-2010. W roku bieżącym widoczny jest również powrót deweloperów do inwestycji handlowych w największych aglomeracjach, z uwagi na większe bezpieczeństwo i płynność takich przedsięwzięć.

Zasoby powierzchni w centrach handlowych w Polsce wynosiły na koniec czerwca 2013 roku ok. 9 420 000 m kw. powierzchni najmu brutto (GLA)

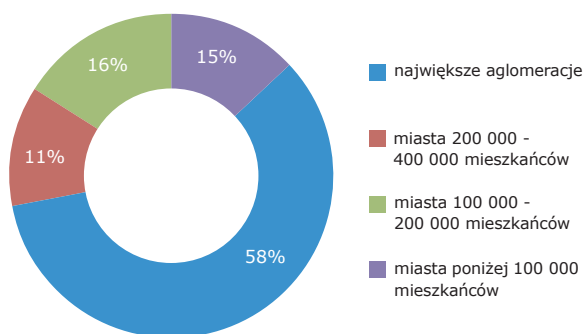
Podaż powierzchni w centrach handlowych w Polsce w latach 1993 – 2013*



Źródło: PRCH Retail Research Forum, * prognoza, lipiec 2013

RAPORT 1 POŁ. 2013

Struktura zasobów powierzchni w centrach handlowych w Polsce na koniec czerwca 2013

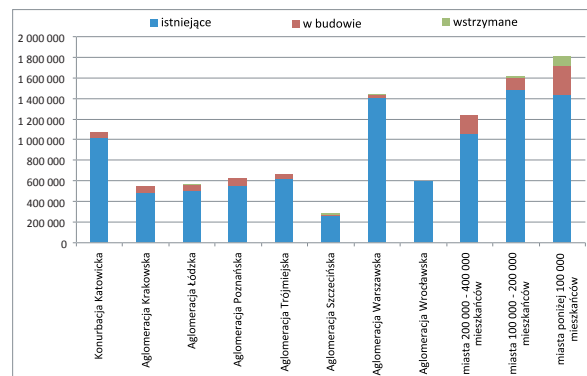


Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

ulokowanych w ponad 400 obiektach. Blisko 57,8% tej powierzchni znajduje się w ośmiu największych aglomeracjach (5 444 000 m kw. GLA), 11,2% w miastach o wielkości 200 000 – 400 000 mieszkańców (1 056 000 m kw. GLA), 15,8% w miastach od 100 000 – 200 000 mieszkańców (1 484 600 m kw. GLA) i 15,2% w miastach poniżej 100 000 mieszkańców (1 435 300 m kw. GLA).

Obecnie największa oferta powierzchni w centrach handlowych znajduje się w Aglomeracji Warszawskiej (1,4 mln m kw. GLA) oraz w Konurbacji Katowickiej (ponad 1 mln m kw. GLA). Znaczące zasoby powierzchni w grupie miast 200 000 – 400 mieszkańców znajdziemy także w Bydgoszczy (197 200 m kw. GLA), Lublinie (164 700 m kw. GLA) i Białymstoku (161 600 m kw. GLA). Rzeszów (242 000 m kw. GLA), Opole (173 200 m kw. GLA) i Bielsko Biała (154 300 m kw. GLA) to rekordziści pod względem wolumenu powierzchni w miastach o wielkości 100 000 – 200 000 mieszkańców. Wśród najmniejszych miast do najbardziej rozwiniętych rynków należą: Słupsk (93 200 m kw. GLA), Nowy Sącz (63 200 m kw. GLA) i Lubin (61 000 m kw. GLA).

Centra handlowe w Polsce na koniec czerwca 2013



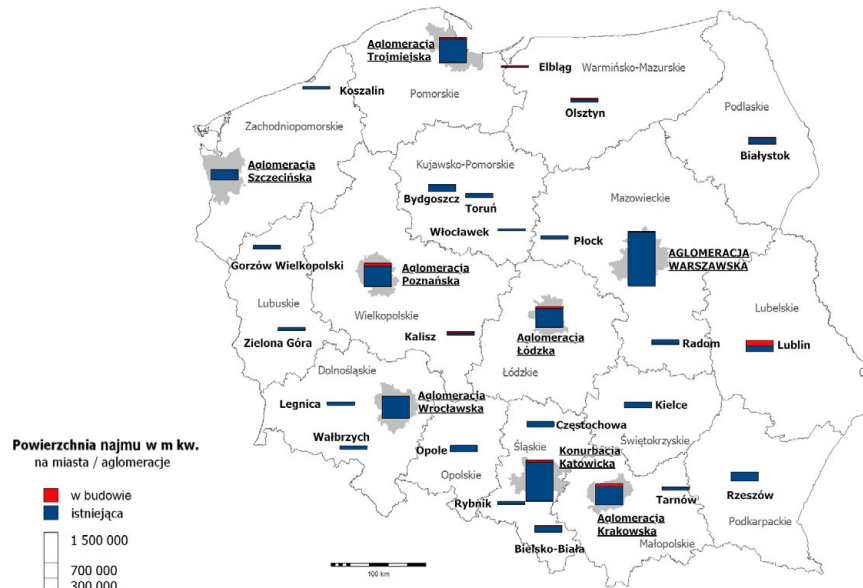
Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

łącznie w pierwszej połowie 2013 roku do użytku oddano blisko 175 000 m kw. GLA. Do największych centrów handlowych ukończonych w pierwszej połowie 2013 roku należały Europa Centralna w Gliwicach (67 000 m kw. GLA) i Galeria Solna w Inowrocławiu (31 000 m kw. GLA). W pierwszej połowie roku oddano także do użytku kolejne centrum wyprzedażowe – Factory Annapol w Warszawie (19 700 m kw. GLA).

Główna fala podaży na polskim rynku spodziewana jest jednak w drugiej połowie roku, kiedy to zostaną otwarte m. in. Galeria Katowicka, Poznań City Centre, Riviera Gdynia i Galeria Bronowice Kraków. Na koniec pierwszej połowy 2013 roku w budowie pozostawało blisko 900 000 m kw. GLA powierzchni centrów handlowych, z czego aż 35% w największych aglomeracjach i 31% w miastach poniżej 100 000 mieszkańców. O ile nie nastąpią opóźnienia w zapowiadanych otwarciach, łącznie ok. 435 000 m kw. GLA zostanie dostarczone na rynek w drugiej połowie 2013 roku.

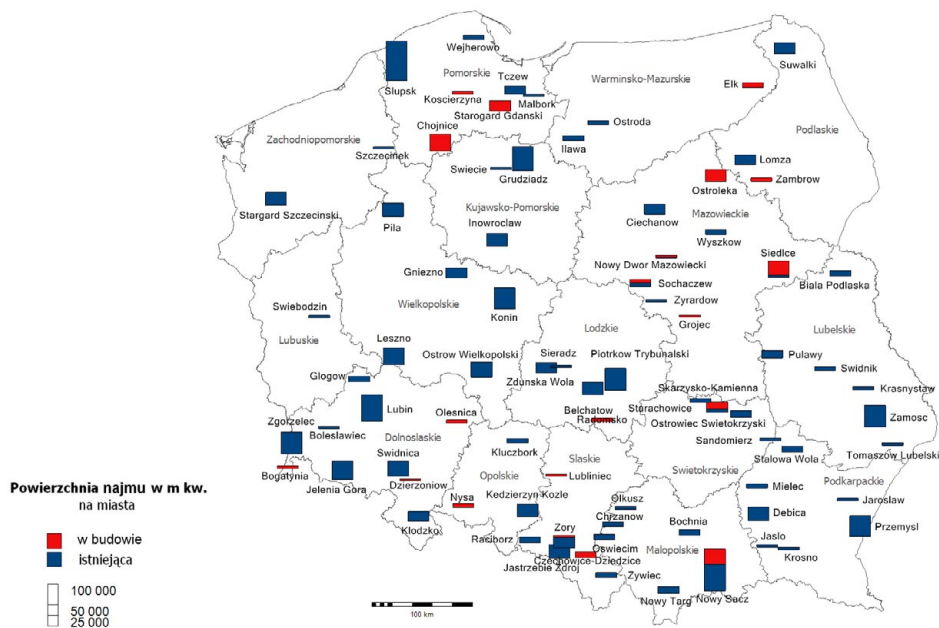
RAPORT 1 POŁ. 2013

Rozmieszczenie powierzchni centrów handlowych w miastach powyżej 100 000 mieszkańców



Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

Rozmieszczenie powierzchni centrów handlowych w miastach poniżej 100 000 mieszkańców



Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

RAPORT 1 POŁ. 2013

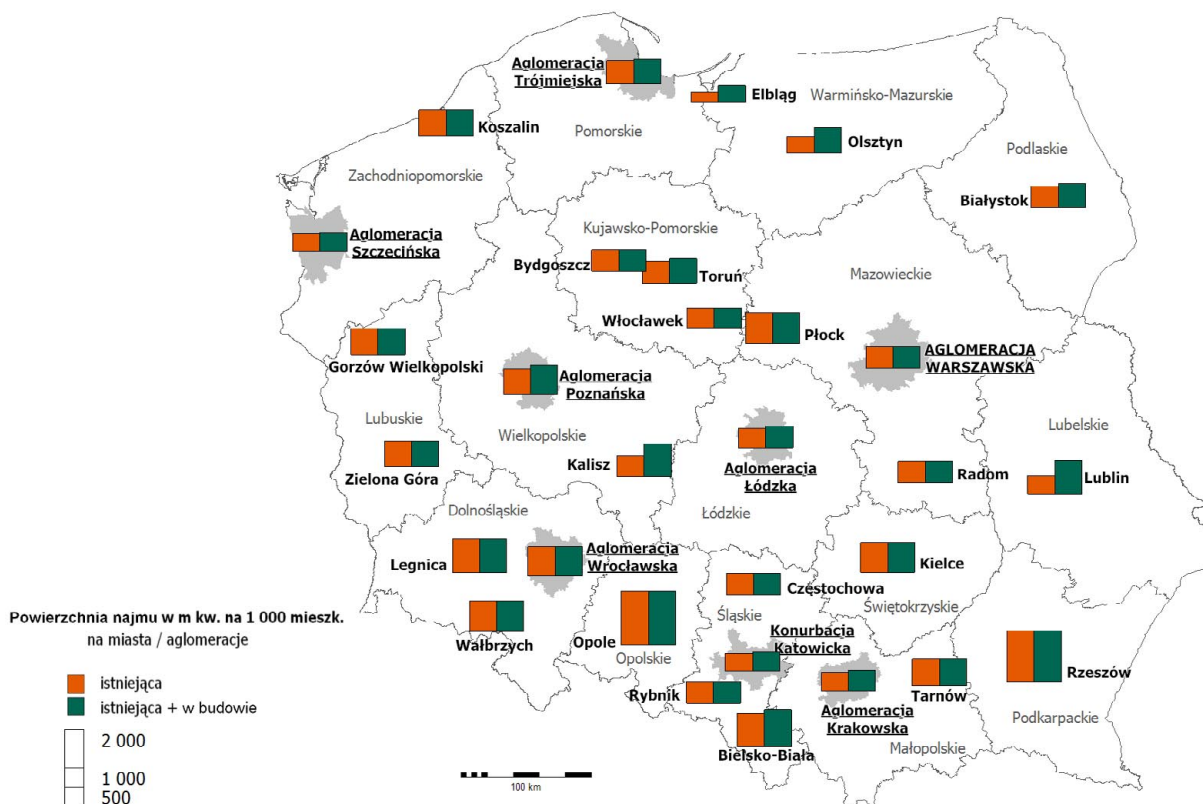
2. Wskaźnik nasycenia powierzchnią centrów handlowych

W porównaniu z końcem 2012 roku, średni wskaźnik nasycenia nowoczesną powierzchnią handlową dla całego kraju wzrósł nieznacznie (o 5 m kw.) i na koniec pierwszej połowy 2013 roku wyniósł 244 m kw. / 1 000 mieszkańców.

Dla ośmiu największych aglomeracji średni wskaźnik nasycenia wynosi obecnie 550 m kw. / 1 000 mieszkańców (poprzednio 533 m kw.). Niezmiennie liderami pod względem nasycenia pozostają Wrocław (759 m kw.) i Poznań (670 m kw.). Natomiast aglomeracje Szczecina, Krakowa i Konurbacja Katowicka wciąż odnotowują najniższe statystyki.

W pierwszej połowie 2013 roku największe zmiany zaobserwowano w Konurbacji Katowickiej (otwarcie Europy Centralnej i Galerii

Nasycenie powierzchnią centrów handlowych w m kw. na 1 000 mieszkańców w miastach powyżej 100 000 mieszkańców



Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013



RAPORT 1 POŁ. 2013

Zabrze), aglomeracji Warszawy (otwarcie Factory Annapol i Galerii Podkowa w Milanówku) i aglomeracji Poznania (otwarte Galeria MM i Galeria Mallwowa).

Jeszcze w drugiej połowie br. duże zmiany nastąpią w Konurbacji Katowickiej, Poznaniu, Krakowie, Trójmieście i Warszawie, gdzie przygotowywane do otwarcia są kolejne znaczące obiekty handlowe jak Galeria Katowicka, Poznań City Center, Galeria Bronowice, Riviera czy Galeria Miejska Plac Unii.

Średni wskaźnik nasycenia dla największych miast regionalnych (o populacji pomiędzy 200 000 a 400 000) wynosi obecnie 567 m kw. / 1 000 mieszkańców. W ciągu pierwszej połowy 2013 roku sytuacja w miastach z tej kategorii nie uległa zmianie. W drugiej połowie br. sytuacja zmieni się jedynie w Lublinie po otwarciu nowej części centrum Olimp.

Najwyższa aktywność deweloperów obserwowana jest obecnie w Lublinie i Białymstoku. W Lublinie,

Nasycenie powierzchnią centrów handlowych w m kw. na 1 000 mieszkańców dla 8 największych aglomeracji

Aglomeracje	Obiekty istniejące	Obiekty istniejące i w budowie
Wrocław	759	759
Poznań	670	759
Trójmiasto	606	650
Warszawa	559	567
Średnia dla aglomeracji	550	582
Łódź	512	564
Kraków	477	536
Szczecin	469	488
Katowice	467	493

Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

Nasycenie powierzchnią centrów handlowych w m kw. na 1 000 mieszkańców w miastach o populacji 200 000 – 400 000

Miasta	Obiekty istniejące	Obiekty istniejące i w budowie
Kielce	768	768
Częstochowa	587	587
Radom	568	568
Toruń	567	640
Średnia dla miast 200 000 - 400 000 mieszkańców	567	664
Białystok	548	633
Bydgoszcz	546	546
Lublin	474	880

Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

RAPORT 1 POŁ. 2013

mieście o najniższym dotychczas wskaźniku nasycenia, powstają równocześnie aż trzy inwestycje (Atrium Felicity, Tarasy Zamkowe oraz rozbudowa Galerii Olimp). Rozwija się również rynek w Toruniu, gdzie rozpoczęła się rozbudowa Galerii Copernicus.

Średnie nasycenie nowoczesną powierzchnią handlową pośród 15 miast zamieszkanym przez 100 000 – 200 000 osób wynosi obecnie 762 m kw. / 1 000 mieszkańców. Po otwarciu obiektów będących obecnie w budowie wzrośnie on do 821 m kw.

Duża aktywność budowlana rejestrowana jest w Bielsku-Białej (w trakcie rozbudowy jest tam Gemini Park), Olsztynie (budowa Galerii Warmińskiej), Kaliszu (budowa Galerii Amber) oraz Elblągu (rozbudowa centrum Ogrody).

W miastach o liczbie mieszkańców poniżej 100 000 wskaźnik nasycenia oscyluje pomiędzy 68 m kw. / 1 000 mieszkańców a 1 617 m kw. (odnosi się do puli miast, w których istnieją nowoczesne formaty handlowe).

W ciągu pierwszej połowy 2013 roku sytuacja zmieniła się w Inowrocławiu (otwarcie Galerii Solnej), Łomży (Galeria Veneda) i Grudziądzu (otwarcie parku handlowego Pasaż Wiślany).

Obecnie największa aktywność budowlana odnotowywana jest w miastach takich jak np:

- Nowy Sącz, gdzie powstaje czwarta w tym mieście galeria handlowa – Trzy Korony; po jej otwarciu jesienią br. wskaźnik nasycenia wzrośnie do wysokiego poziomu 1 179 m. kw. / 1 000 mieszkańców;
- Ełk – Brama Mazur będzie pierwszym

Nasycenie powierzchnią centrów handlowych w m kw. na 1 000 mieszkańców w miastach o populacji 100 000 – 200 000

Miasta	Obiekty istniejące	Obiekty istniejące i w budowie
Opole	1 425	1 425
Rzeszów	1 329	1 329
Legnica	889	889
Bielsko-Biała	885	980
Płock	805	805
Wałbrzych	811	811
Średnia dla miast 100 000 - 200 000 mieszkańców	762	821
Tarnów	709	709
Gorzów Wielkopolski	700	700
Koszalin	677	677
Zielona Góra	675	675
Rybnik	569	569
Kalisz	536	856
Włocławek	536	536
Olsztyn	438	674
Elbląg	256	442

Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013



RAPORT 1 POŁ. 2013

nowoczesnym obiektem w tym mieście, otwarcie w 2014 roku;

- Siedlce – powstaje Galeria S (otwarcie w przyszłym roku);
- Ostrołęka – Galeria Bursztynowa – pierwsze nowoczesne centrum handlowe w tym mieście; po otwarciu w 2014 roku wskaźnik nasycenia w mieście osiągnie 535 m kw.;
- Starogard Gdański – rozpoczęła się budowa

pierwszego centrum handlowego w tym mieście – Galerii Neptun;

Powstają również mniejsze formaty jak np. Vendo Park w Nysie, Dekada w Grójcu czy park handlowy Karuzela w Lublińcu. To tylko wybrane przykłady, które potwierdzają ciągłe zainteresowanie deweloperów rynkami małych miast. Poniższa tabela przedstawia sytuację w miastach z liczbą mieszkańców poniżej 100 000.

Nasycenie powierzchnią centrów handlowych w m kw. na 1 000 mieszkańców w wybranych miastach o populacji poniżej 100 000

Miasta	Obiekty istniejące	Obiekty istniejące i w budowie
Zgorzelec	1 617	1617
Słupsk	983	983
Lubin	826	826
Kłodzko	815	815
Zamość	796	796
Przemyśl	758	758
Nowy Sącz	751	1 179
Piotrków Trybunalski	691	691
Dębica	689	689
Konin	635	635
Leszno	634	634
Świdnica	604	604
Grudziądz	580	580
Sieradz	554	554
Jelenia Góra	538	538
Ciechanów	534	534
Bełchatów	508	508
Ostrów Wielkopolski	494	494
Nowy Targ	473	473
Kędzierzyn Koźle	456	456
Kluczbork	445	445



RAPORT 1 POŁ. 2013

cd. tabeli ze str. 8

Miasta	Obiekty istniejące	Obiekty istniejące i w budowie
Stargard Szczeciński	431	431
Krasnystaw	429	429
Piła	422	422
Bochnia	416	416
Żory	411	492
Wyszków	403	403
Inowrocław	397	397
Suwałki	375	375
Iława	369	369
Puławy	366	366
Łomża	361	361
Żywiec	345	345
Jastrzębie Zdrój	345	345
Gniezno	342	342
Oświęcim	338	338
Tomaszów Lubelski	322	322
Tczew	321	321
Ostróda	294	294
Sandomierz	282	282
Świebodzin	273	273
Racibórz	267	267
Chrzanów	289	289
Sandomierz	283	283
Świebodzin	274	274
Racibórz	268	268
Biała Podlaska	233	233
Sochaczew	231	443
Stalowa Wola	224	224
Świdnik	211	211
Ostrowiec Świętokrzyski	206	206
Olkusz	200	200
Wejherowo	199	199
Świecie	189	189



RAPORT 1 POŁ. 2013

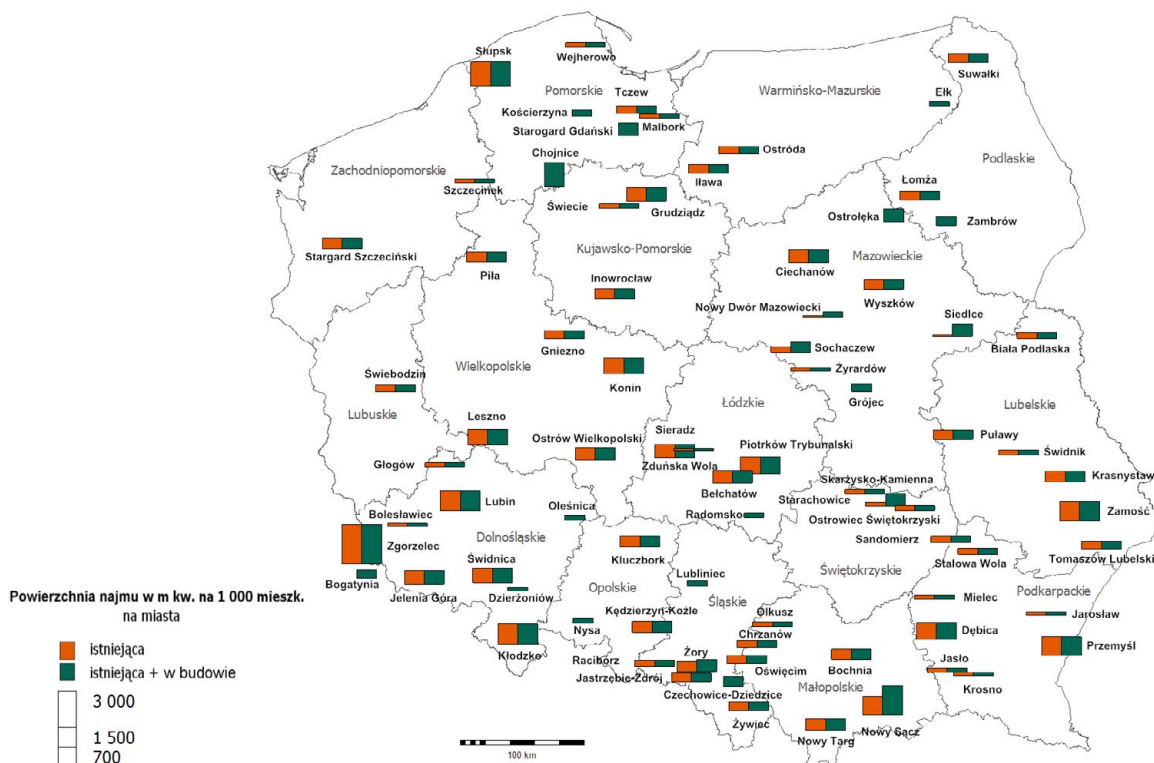
cd. tabeli ze str. 9

Miasta	Obiekty istniejące	Obiekty istniejące i w budowie
Głogów	188	188
Skarżysko-Kamienna	177	177
Jasło	164	164
Malbork	162	162
Starachowice	155	498
Mielec	152	152
Jarosław	145	145
Żyrardów	136	136
Krosno	131	131
Bolesławiec	126	126
Szczecinek	123	123
Zduńska Wola	114	114
Nowy Dwór Mazowiecki	71	212
Siedlce	68	513
Bogatynia	0	339
Chojnice	0	982
Czechowice-Dziedzice	0	411
Dzierżoniów	0	144
Ełk	0	188
Grójec	0	331
Kościerzyna	0	252
Lubliniec	0	220
Nysa	0	199
Oleśnica	0	206
Ostrołęka	0	535
Radomsko	0	177
Starogard Gdański	0	512
Zambrów	0	353

Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

RAPORT 1 POŁ. 2013

Wskaźnik nowoczesnej powierzchni centrów handlowych na 1 000 mieszkańców w miastach poniżej 100 000 mieszkańców



Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

3. Nowoczesna powierzchnia centrów handlowych w Polsce w podziale na formaty

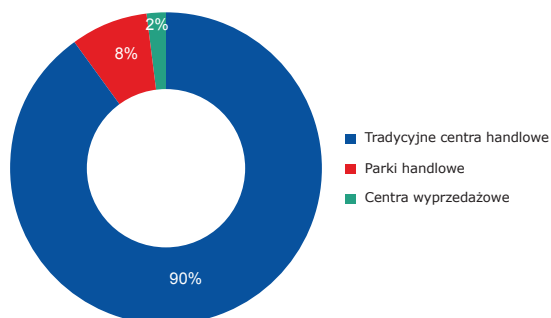
Na koniec pierwszej połowy 2013 roku na polskim rynku nowoczesnych powierzchni handlowych

funkcjonowało ponad 400 centrów handlowych. Znakomita większość działających projektów (368 projektów) prezentuje tradycyjny format centrum handlowego - około 90% całkowitej podaży centrów handlowych, co przekłada się na około 8,5 miliona m kw.

Parki handlowe stanowią około 8% całkowitej podaży tj. około 741 000 m kw. Wśród oddanych w 2013 roku projektów znajduje się park handlowy Europa Centralna w Gliwicach (40 000

RAPORT 1 POŁ. 2013

**Powierzchnia centrów handlowych
w podziale na formaty**



Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

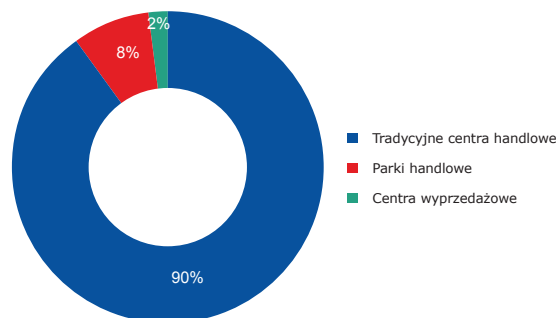
m kw.) wybudowany przez Helical oraz Pasaż Wiślany w Grudziądzu (5 400 m kw.), którego deweloperem jest Rank Progress.

Również podaż centrów wyprzedażowych wzrosła w porównaniu z minionym rokiem. W pierwszej połowie 2013 roku oddano do użytku Factory Annapol w Warszawie. Tym samym liczba centrów wyprzedażowych w Polsce wzrosła do 10. Zlokalizowane są one w 8 największych aglomeracjach. Stolica jest jedynym ośrodkiem, gdzie funkcjonuje więcej niż jeden taki projekt – włączając nowootwarty Factory Annapol jest ich aż 3. Całkowita podaż centrów wyprzedażowych w Polsce wyniosła na koniec pierwszej połowy 2013 ponad 166 000 m kw.

Rosnące znaczenie specjalistycznych formatów handlowych obrazuje ich udział w powierzchni projektów będących obecnie w budowie. Nadal dominują tradycyjne centra handlowe, jednak aż 8% z ponad 900 000 budowanych m kw. stanowią parki handlowe, z których większość projektów znajduje się poza największymi aglomeracjami (Bogatynia, Ełk, Lubin, Nysa, Radomsko, Żory).

Tradycyjne centra handlowe w Polsce zloka-

**Powierzchnia centrów handlowych będąca
w budowie w podziale na formaty**



Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

lizowane są w przeważającej większości w ośmiu głównych aglomeracjach (58% powierzchni). Wynika to zarówno z faktu, że działa tam obecnie 156 z 368 tradycyjnych centrów handlowych, a także z wielkości tych obiektów, które oferują większą powierzchnię najmu w porównaniu z centrami zlokalizowanymi w mniejszych miastach.

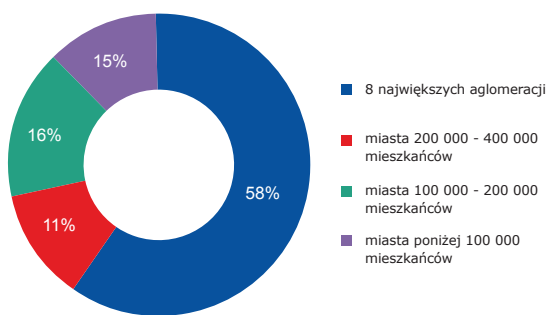
W miastach o populacji 200 000 – 400 000 skoncentrowane jest 11% powierzchni nowoczesnych centrów handlowych, natomiast w miastach poniżej 100 000 – około 15%. Wyższą podażą centrów handlowych sięgającą prawie 1,5 miliona m kw. pochwalić się mogą miasta z liczbą mieszkańców pomiędzy 100 a 200 000 mieszkańców, których udział w wolumenie powierzchni nowoczesnych centrów handlowych wynosi 16%.

Najbardziej dojrzałymi i zróżnicowanymi rynkami handlowymi są lokalne rynki w 8 największych aglomeracjach. Głównie tam powstały centra wyprzedażowe oraz największe parki handlowe. Udział tradycyjnych centrów handlowych maleje proporcjonalnie do przybywającej co roku powierzchni w innych formatach. Dywersyfikacji formatowej ulegają także rynki mniejszych miast,

RAPORT 1 POŁ. 2013

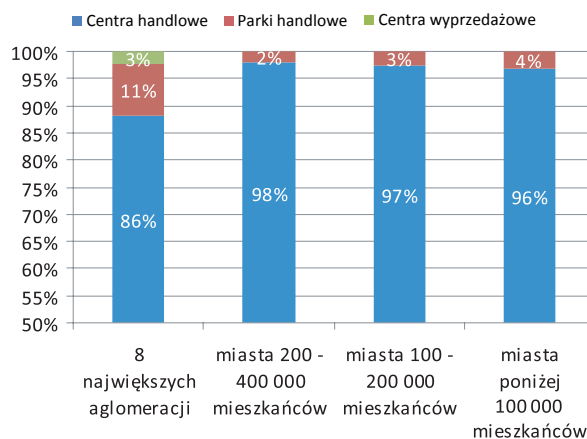
do tej pory zdominowane przez tradycyjne centra handlowe. Zauważalnym trendem jest wzrastająca liczba budowanych parków handlowych miastach poniżej 100 000 mieszkańców.

Rozmieszczenie powierzchni tradycyjnych centrów handlowych według wielkości miast



Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

Zróżnicowanie formatów centrów handlowych



Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

4. Projekty otwarte i rozbudowane w pierwszej połowie 2013

Projekty otwarte i rozbudowane w pierwszej połowie 2013 roku

Nazwa projektu	Miasto	Powierzchnia najmu
Nowe projekty		
Europa Centralna (Centrum i Park Handlowy)	Gliwice	67 000
Factory Annopol	Warszawa	19 700
Galeria Mallwowa	Skórzewo k. Poznania	11 000
Galeria Podkowa	Podkowa Leśna	7 950
Galeria Solna	Inowrocław	30 000
Galeria Veneda	Łomża	15 250
Galeria Zabrze	Zabrze	7 500
Pasaż Wiślany	Grudziądz	5 400

RAPORT 1 POŁ. 2013

cd. tabeli ze str. 13

Nazwa projektu	Miasto	Powierzchnia najmu
Pasaż MM	Poznań	11 000
Suma		174 800
Rozbudowy		
Auchan Łomianki (faza 2)	Warszawa	11 000
Galeria Mazurska (faza 2)	Ostróda	3 000
Hermes (faza 2)	Skarżysko-Kamienna	3 900
Park Handlowy Bielany (faza 2)	Wrocław	20 000
Park Handlowy Franowo (rozbudowa)	Poznań	3 200
Suma		41 100

Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

5. Wskaźnik powierzchni niewynajętych w centrach handlowych

Na koniec czerwca 2013 roku zbadano wielkość powierzchni niewynajętych (pustostanów) w 222 centrach handlowych, zlokalizowanych w piętnastu największych miastach i aglomeracjach Polski, które łącznie oferują 6,5 mln m kw. powierzchni handlowej i stanowią niemal 70% nowoczesnej powierzchni handlowej w Polsce. Poza ośmioma największymi rynkami – Warszawą, Katowicami, Trójmiastem, Wrocławiem, Poznaniem, Krakowem, Łodzią i Szczecinem, badaniem zostały objęte miasta o liczbie mieszkańców pomiędzy 200 000 a 400 000, takie jak Bydgoszcz, Białystok, Kielce, Lublin, Częstochowa, Radom i Toruń. Wskaźnik pustostanów w centrach handlowych pozostaje

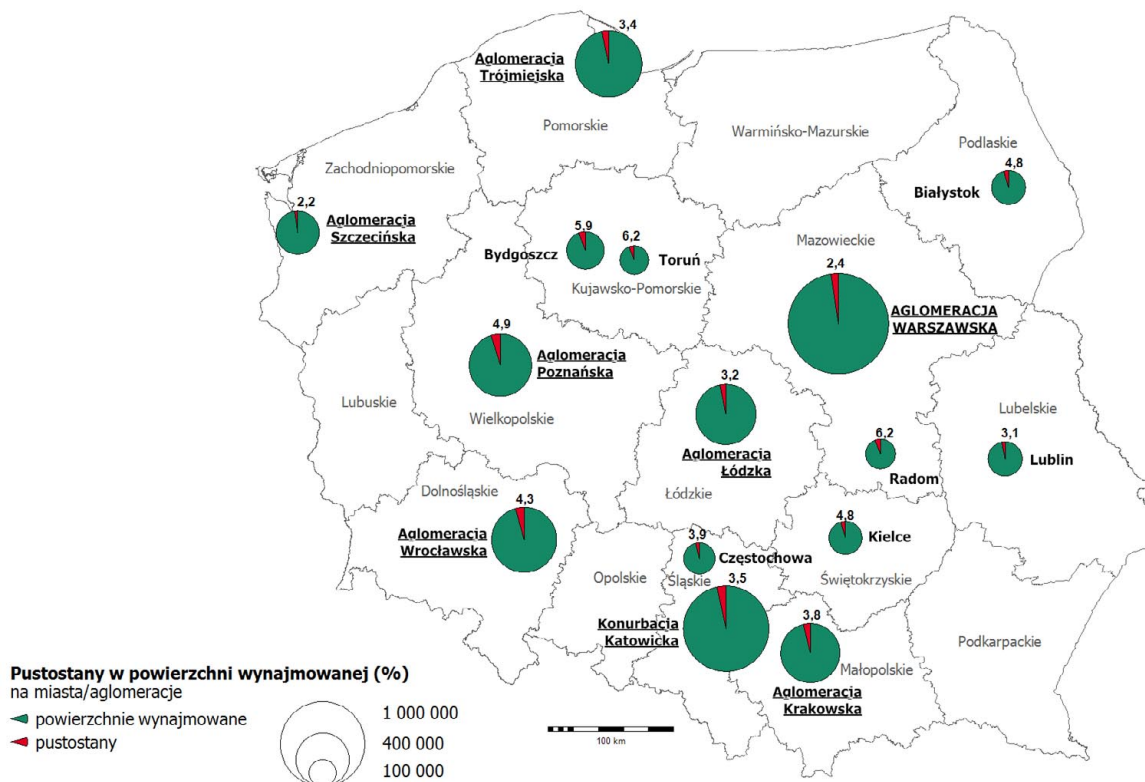
jednym z najlepszych spośród dostępnych wyznaczników popytu na rynku nieruchomości handlowych.

W połowie 2013 roku wskaźnik powierzchni niewynajętych na najniższym poziomie (poniżej 2,5%) zarejestrowano jedynie w Szczecinie oraz w Warszawie. Wielkość pustostanów w Aglomeracji Szczecińskiej utrzymuje się na porównywalnym poziomie od ostatniego badania, natomiast w przypadku Aglomeracji Warszawskiej, pomimo otwarcia nie w pełni wynajętych obiektów handlowych (Auchan Łomianki, Factory Annopol czy Galeria Podkowa), odnotowano lekki spadek wielkości powierzchni niewynajętych.

W porównaniu z badaniem przeprowadzonym na koniec 2012 roku, w Lublinie zarejestrowano wzrost wskaźnika z niespełna 1 do około 3%. Wzrost ten jest przede wszystkim spowodowany zamknięciem parku rozrywki w jednym

RAPORT 1 POŁ. 2013

Wskaźnik pustostanów w centrach handlowych w 15 największych miastach Polski



Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

z centrów handlowych, który zajmował znaczną powierzchnię. Wpływ na wzrost wielkości pustostanów oraz migracji najemców z części audytowanych obiektów może też mieć budowa nowych centrów handlowych: Felicity oraz Tarasów Zamkowych.

Największy wzrost wskaźnika pustostanów odnotowano w Aglomeracji Katowickiej oraz w Częstochowie. W przypadku Śląska, lokale niewynajęte znajdują się głównie w nowootwartych centrach handlowych w regionie (Europa Centralna czy Galeria Zabrze).

Agglomeracja Krakowska, Łódzka oraz Trójmiejska

w połowie 2013 roku charakteryzowały się poziomem pustostanów w przedziale pomiędzy 3 a 4%. W Krakowie odnotowano spadek wielkości powierzchni niewynajętych, spowodowany przede wszystkim absorpcją wolnych lokali w centrach, które weszły na rynek nie będąc w pełni wynajęte. W Trójmieście wskaźnik kształtuje się na poziomie porównywalnym do ostatniego badanego okresu, natomiast wrosła nieznacznie wielkość powierzchni niewynajętej na rynku łódzkim.

W Białymstoku oraz w Kielcach wskaźnik powierzchni niewynajętych jest relatywnie wysoki



RAPORT 1 POŁ. 2013

i mieści się w przedziale pomiędzy 4,5 a 5%. W Kielcach wskaźnik pustostanów w porównaniu do stanu na koniec 2012 roku był niższy, na co ma wpływ systematyczna absorpcja wolnych lokali w centrach oddanych do użytkowania w ostatnich latach. W Białymstoku zarejestrowano wzrost współczynnika, niewynajęte powierzchnie zlokalizowane są przede wszystkim w jednym z mniej popularnych centrów handlowych.

W przypadku obiektów handlowych zlokalizowanych w Aglomeracji Poznańskiej, na wzrost wielkości pustostanów ma wpływ otwarcie Galerii Mallwowej, która nie jest w pełni wynajęta a także wzrost wolnych lokali w starszych, mniej popularnych centrach pierwszej generacji. Podobna sytuacja jest obserwowana we Wrocławiu, gdzie powiększa się dysproporcja pomiędzy najatrakcyjniejszymi obiektami handlowymi, a mniej popularnymi, starszymi centrami. Zauważalna ilość powierzchni handlowej do wynajęcia pozostaje także w kompleksie Skytower. Taka sytuacja może świadczyć o przewidywanym lekkim przesyceniu rynku powierzchniami handlowymi lub niedostosowaniu niektórych centrów do wymogów rynku.

Do rynków najemców, charakteryzujących się stosunkowo wysokimi, bo sięgającymi powyżej 5% wskaźnikami pustostanów, należą Bydgoszcz, Toruń i Radom, z których pogorszeniu w przeciągu ostatniego półrocza uległa sytuacja w Bydgoszczy i Toruniu, zaś nieznacznemu polepszeniu w Radomiu. Nadal główną przyczyną wysokich wskaźników powierzchni niewynajętych pozostaje oddanie w ostatnim czasie nowych projektów, które stopniowo zapełniają się najemcami na każdym z tych rynków. Inną przyczyną takiego stanu jest także brak wystarczającej liczby najemców

planujących ekspansję w mniejszych miastach i na mniej dojrzałych rynkach.

Całkowity wskaźnik powierzchni niewynajętych dla piętnastu badanych największych miast w Polsce wzrósł z odnotowanego pod koniec 2012 roku 3% do około 3,5% na koniec pierwszej połowy 2013 roku, co potwierdza inne informacje dotyczące osłabienia popytu w skali kraju, natomiast sytuacja jest znacznie bardziej różnorodna zarówno w skali poszczególnych rynków jak i pojedynczych projektów. Coraz wyraźniej pogłębia się rozwarstwienie pomiędzy projektami atrakcyjnymi i przeciętnymi. Atrakcyjne centra handlowe, z optymalnym zestawem najemców i położone w dogodnych lokalizacjach zostają oddane do użytkowania z kompletem najemców, natomiast częściej centra handlowe starszych generacji, mniej popularne wśród klientów, borykają się z trudnościami w wynajęciu powierzchni po wyjściu najemców. Obserwowana jest tendencja do podejmowania działań zaradczych poprzez przebudowy i modernizację takich centrów handlowych.

W przypadku największych ośmiu aglomeracji, wskaźnik pustostanów wzrósł z niespełna 3% zarejestrowanych na koniec 2012 roku do około 3,5% w połowie 2013 r., natomiast pomimo tego faktu dostępność najbardziej pożądanых powierzchni w czołowych centrach handlowych jest ograniczona. Podobnie jak na innych europejskich rynkach, najemcy powierzchni handlowych w Polsce mocno kalkulują potencjalne ryzyko i opowiadają się za silnymi, dobrze ugruntowanymi i wiodącymi na swoich rynkach projektami.

RAPORT 1 POŁ. 2013

6. Najemcy i struktura najmu w centrach handlowych w Polsce

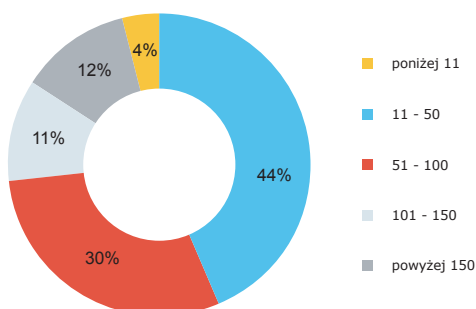
Na koniec pierwszej połowy 2013 roku w ośmiu największych polskich aglomeracjach oraz siedmiu miastach regionalnych działały w sumie 222 centra handlowe. W obiektach tych znajdowało się ponad 15 300 najemców. Najliczniejszą grupę (44% analizowanych obiektów) stanowiły centra handlowe posiadające od 11 do 50 punktów handlowych lub usługowych. W około jednej trzeciej centrów (30%) liczba najemców wynosiła od 51 do 100, natomiast największe obiekty, w których znajduje się ponad 150 lokali, stanowiły 12% badanych centrów. W analizowanej grupie znalazło się także 8 obiektów (głównie parków handlowych), gdzie liczba najemców nie przekroczyła 10.

Największym pod względem liczby najemców centrum handlowym pozostaje łódzka Manufaktura, gdzie działa 286 punktów handlowo-usługowych. Dalsze pozycje zajmują: Galeria Krakowska (281 najemców), katowicka Silesia

City Center (279), Galeria Echo w Kielcach (273) oraz trzy obiekty zlokalizowane w Warszawie: Galeria Mokotów, Arkadia i Złote Tarasy. W wymienionych stołecznych galeriach wynajętych zostało kolejno 265, 236 oraz 218 lokali.

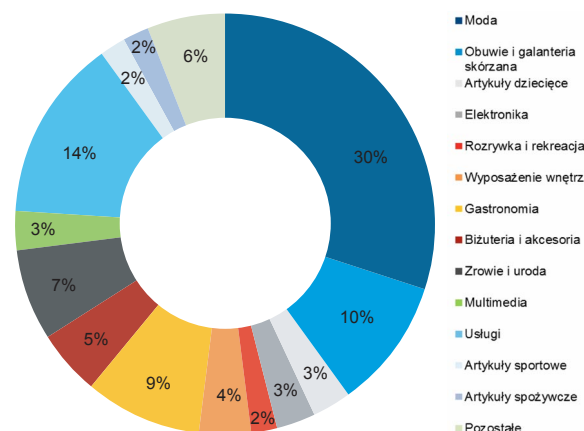
Spośród analizowanych rynków, Aglomeracja Warszawska charakteryzuje się największą liczbą centrów handlowych, jak również działających w nich sklepów. Na koniec pierwszej połowy 2013 roku w 42 warszawskich centrach handlowych wynajętych było ponad 3 000 lokali. Kolejnym pod względem wielkości polskim rynkiem handlowym jest Konurbacja Katowicka, gdzie istnieje 41 centrów handlowych. Rynek ten charakteryzuje się jednak znacznie niższą niż w Warszawie liczbą najemców: około 2 000. Z kolei na trzecim największym rynku, Aglomeracji Trójmiejskiej, w 24 centrach handlowych znajduje się ponad 1 500 sklepów. Nieco mniejsze zasoby zaobserwowano w aglomeracjach Poznańskiej i Wrocławskiej (blisko 1 400 sklepów na każdym z rynków), Krakowskiej (około 1 300 najemców),

Podział procentowy centrów handlowych (N=222) według ilości sklepów



Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

Struktura najemców w analizowanych centrach handlowych (wg liczby sklepów)



Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

RAPORT 1 POŁ. 2013

Łódzkiej (niewiele ponad 1 000 sklepów) oraz Szczecińskiej, gdzie w ramach 10 obiektów handlowych wynajęte zostały 642 lokale.

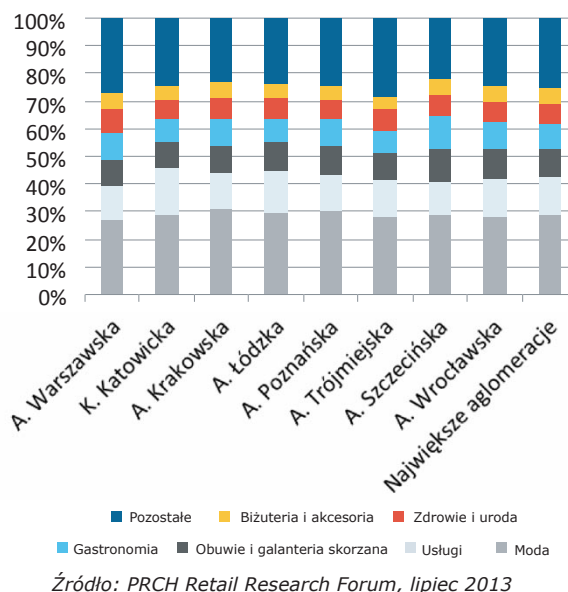
W kategorii miast posiadających od 200 do 400 000 mieszkańców, największe rynki to Lublin (pod względem liczby obiektów handlowych) oraz Kielce (pod względem liczby najemców). W Lublinie działa 9 centrów handlowych z 479 sklepami, natomiast w Kielcach liczba najemców w 4 obiektach przekracza 490. Sytuacja na kieleckim rynku wynika przede wszystkim ze stosunkowo dużej liczby wynajętych lokali we wspomnianej powyżej Galerii Echo. Najemcy w tym obiekcie stanowią ponad połowę wszystkich najemców w Kielcach.

W obiektach działających na 15 analizowanych rynkach największą grupę stanowią najemcy z branży mody (od 27% do 37% wszystkich najemców). Należy także wyróżnić sektor usług, reprezentowany w badanych centrach przez 9% do 17% wszystkich najemców, branżę gastronomiczną (7-12%) oraz branżę obuwniczą i galanterii skórzaną (9-14%). Przedstawiciele pozostałych branż stanowili mniej niż 10% całkowitej liczby najemców w analizowanych obiektach.

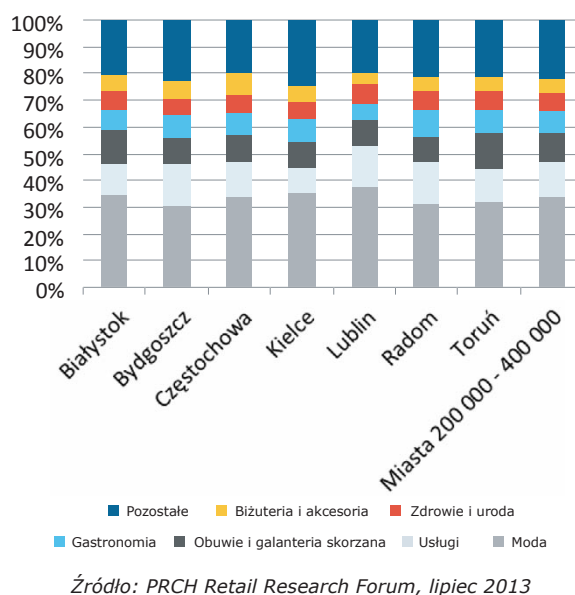
Najemcą posiadającym największą liczbę punktów w analizowanych obiektach handlowych jest sieć salonów prasowych Inmedio, posiadająca sklepy w niemal 80% centrów. Kolejną pozycję zajęła reprezentująca branżę obuwniczą marka CCC (obecność w 65% badanych centrów), natomiast na trzecim miejscu uplasowały się przedstawiciele branży mody Reserved oraz sklepy jubilerskie Apart, obecne w ponad połowie objętych analizą obiektów. Na dalszych pozycjach znalazły się marki z branż obuwniczej (Deichmann - 44%) oraz zdrowie i uroda (Rossmann i Vision Express - po 43%).

Główne branże obecne w centrach handlowych w analizowanych aglomeracjach i miastach

Osiem największych aglomeracji miejskich



Miasta 200 000 – 400 000 mieszkańców





RAPORT 1 POŁ. 2013

Najpopularniejsze marki obecne w analizowanych centrach handlowych wg branż (z wyłączeniem operatorów komórkowych, kantorów oraz aptek)

Branża	Nazwa najemcy	Obecność w analizowanych centrach handlowych w %
Moda	Reserved	52
	Triumph	47
	Orsay	40
	Camaieu	35
Obuwie	CCC	65
	Deichmann	44
	Wojas	30
	Ryłko	29
Biżuteria i akcesoria	Apart	52
	Yes Biżuteria	28
	Swiss	24
	W. KRUK	23
Artykuły dziecięce	5.10.15	32
	Smyk	28
	Cocodrillo	22
	Bartek	19
Zdrowie i uroda	Rossmann	43
	Vision Express	43
	Inglot	35
	Sephora	33
Multimedia	Inmedio	77
	Empik	37
	Matras	22
Elektronika	RTV Euro AGD	37
	Fotojoker	18
	Komputronik	11
	Media Markt	11
	Vobis	11
Wyposażenie wnętrz	Home & You	20
	JYSK	15
	Almi Décor	12
	Duka	12
Gastronomia	Grycan	34
	KFC	29
	McDonald's	24
	Coffeeheaven	23
Usługi	5aSec	41
	Poczta Polska	35
	Mister Minit	23

Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

RAPORT 1 POŁ. 2013

Najpopularniejsze marki obecne w analizowanych centrach handlowych (z wyłączeniem operatorów komórkowych, kantorów oraz aptek)

Nazwa najemcy	Obecność w analizowanych centrach handlowych w %
Inmedio	77
CCC	65
Reserved	52
Apart	52
Triumph	47
Deichmann	44
Rossmann	43
Vision Express	43
5aSec	41
Orsay	40
RTV Euro AGD	37
Empik	37
Inglot	35

Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

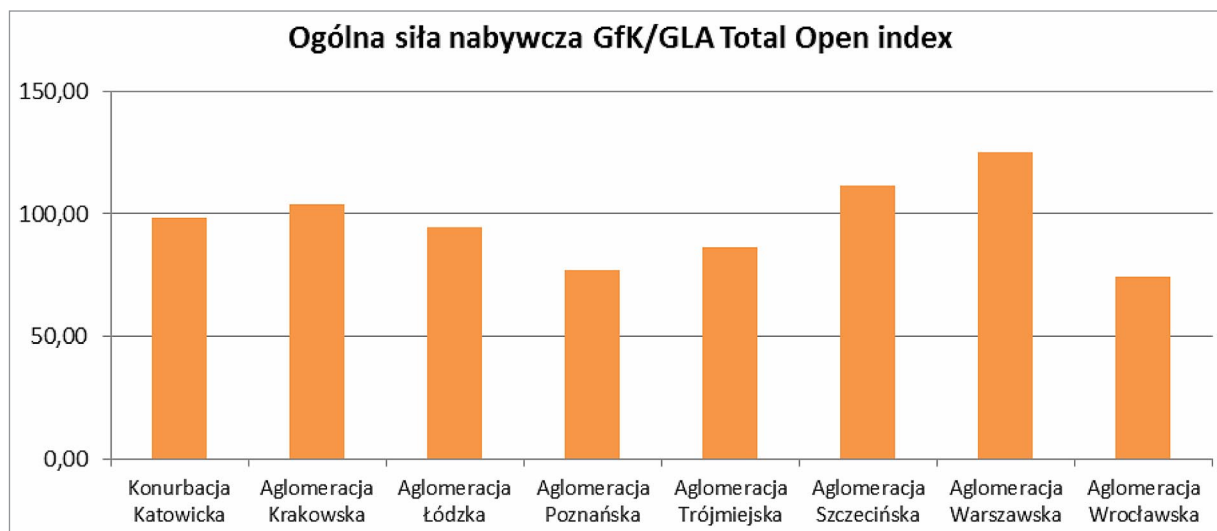
7. Siła nabywcza mieszkańców miast a podaż powierzchni handlowej

Wartość ogólnej siły nabywczej GfK jest miarą potencjału ekonomicznego mieszkańców i mierzy wartość wszystkich towarów i usług, którą mieszkańcy danego miasta (lub aglomeracji) mogą nabyć w ciągu roku. Wskaźnik ten definiuje potencjał całociowy konsumentów, nie ogranicza się do potencjału zakupowego w centrach handlowych. Jednak w połączeniu z podażą powierzchni handlowych pokazuje poziom nasycenia rynków lokalnych, nasycenia definiowanego wartością ogólnej siły nabywczej

przypadającej na metr kwadratowy powierzchni handlowej. Im mniej pieniędzy przypadających na powierzchnię handlową w mieście, tym bardziej nasycony rynek. Zjawisko takiego nasycania się rynku obserwujemy w Polsce od kilku lat. Warto zaznaczyć, że dynamika przyrostu powierzchni handlowej jest wyższa od wzrostu potencjału nabywczego Polaków, co oznacza, że coraz mniej pieniędzy przypada na powierzchnię handlową. W praktyce przekłada się to na trudności w pozyskiwaniu konsumentów, którzy dzięki rosnącej podaży powierzchni handlowej mają więcej możliwości wydawania swoich pieniędzy.

Relacji siły nabywczej do podaży istniejącej powierzchni handlowej przyjrzelśmy się w badanych przez Polską Radę Centrów Handlowych czterech klasach wielkości miast. Dla każdego typu miast wyliczyliśmy średnią aglomeracyjną

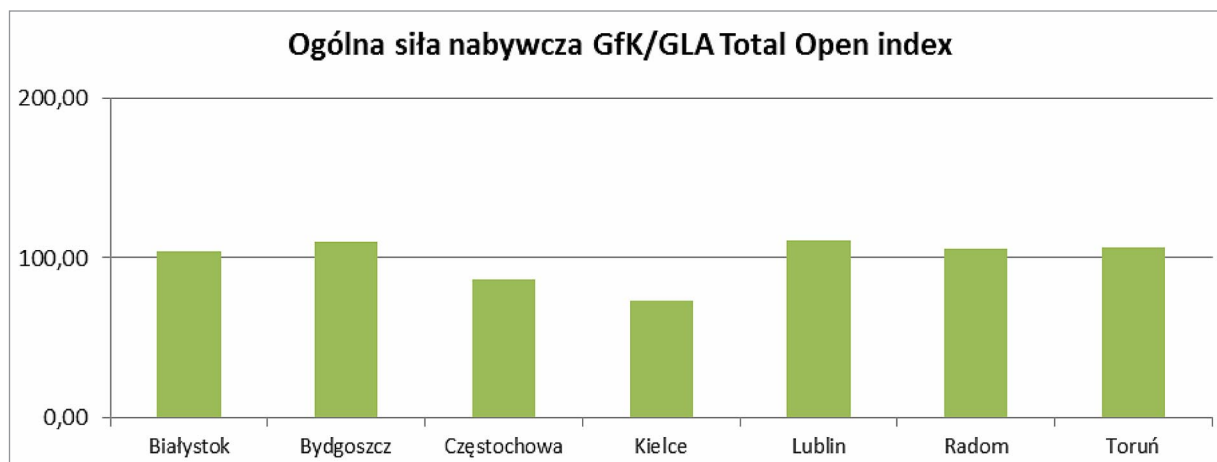
RAPORT 1 POŁ. 2013



Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

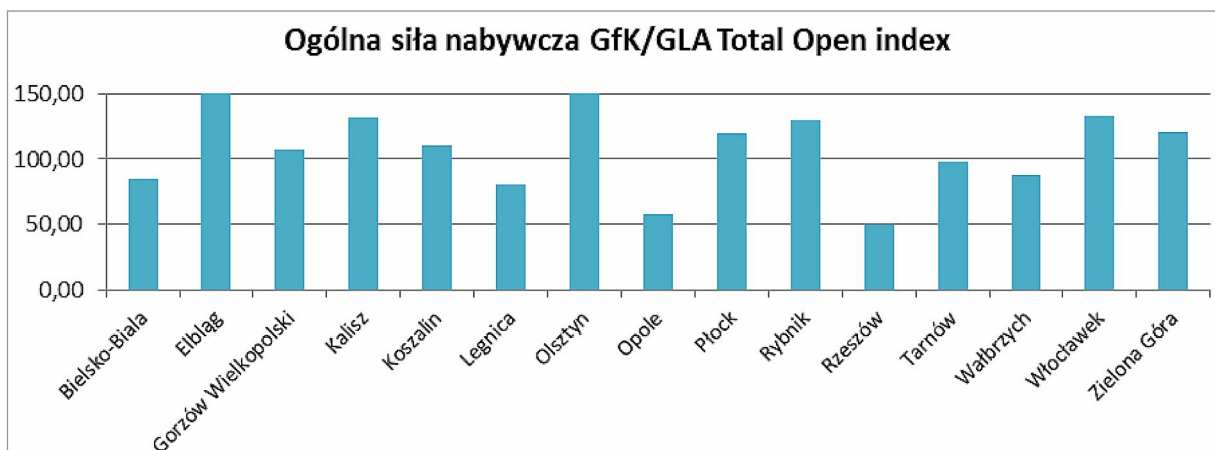
i sprawdziliśmy jak wygląda relacja siły nabywczej mieszkańców przypadającej na 1 metr kwadratowy otwartej powierzchni handlowej w danym mieście do średniej aglomeracyjnej. Przeciętna wartość siły nabywczej mieszkańców przypadająca na metr kwadratowy otwartej powierzchni handlowej w 8 największych

aglomeracjach to nieco ponad 56 tys. złotych w skali roku. Przyjmując tę wartość, jako średnią aglomeracyjną (100 na wykresie) wyraźnie widać, że ponad średnią wybijają się tylko Aglomeracja Warszawska, Szczecińska (znacząco, 10% powyżej średniej) oraz Krakowska (nieznacznie niecałe 5% powyżej średniej aglomeracyjnej).



Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

RAPORT 1 POŁ. 2013



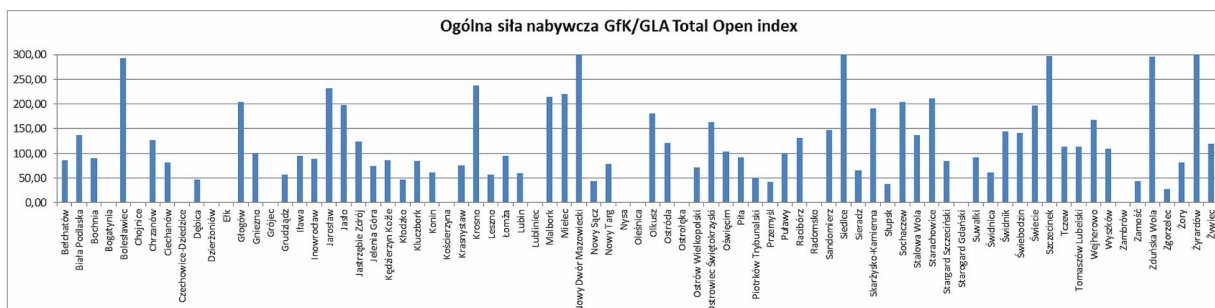
Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013

Sytuacja w tej ostatniej zmienia się po oddaniu do użytku obecnie powstającej powierzchni.

W przypadku miast w klasie wielkości od 200 do 400 000 mieszkańców średnia wartość siły nabywczej przypadająca na funkcjonującą powierzchnię handlową wynosi obecnie 47 tys. złotych. Przyjmując tę wartość jako średnią dla 7 miast, widać rysujący się podział na dwie grupy. W pierwszej Lublin, Radom, Toruń, Białystok i Bydgoszcz, gdzie mamy do czynienia z sytuacją bliską nasycenia rynków lokalnych. W drugiej wartości dla Kielc i Częstochowy wskazują

ma wyraźnie niższe wartości siły nabywczej rezydentów przypadające na funkcjonującą powierzchnię. Niezwykle interesująco przedstawia się sytuacja w Lublinie, gdzie w najbliższym czasie powierzchnia handlowa podwoi się powodując znaczące przesunięcie miasta na skali wysycenia siły nabywczej przez powierzchnię handlową.

W 15 miastach z liczbą ludności pomiędzy 100 a 200 000 mieszkańców, przeciętna wartość siły nabywczej przypadająca na metr otwartej powierzchni handlowej to 36 tys. złotych.



Źródło: PRCH Retail Research Forum, lipiec 2013



RAPORT 2 POŁ. 2012

Doskonale widoczne jest duże zróżnicowanie potencjału z mocno nasyconymi Opolem i Rzeszowem (jedynie 50% średniej aglomeracyjnej wartości siły nabywczej przypadającej na powierzchnię centrów handlowych) i Elblągiem oraz Olsztynem, samotnymi liderami w relacji potencjału konsumentów do podaży centrów handlowych.

Miasta z liczbą mieszkańców poniżej 100 000 stanowią najliczniejszą grupę 79 obszarów, w których występuje największe zróżnicowanie potencjału. Wynika ono naturalnie z faktu braku nowoczesnych centrów handlowych (14 miast) oraz zróżnicowanego potencjału nabywczego mieszkańców przypadającego na funkcjonujące GLA, którego średnia wynosi aż 70 tys. złotych.

8. O PRCH Retail Research Forum

PRCH Retail Research Forum (RRF) jest reprezentowane przez grupę profesjonalnych analityków oraz doradców, działających od wielu lat na rynku nieruchomości handlowych: Cushman & Wakefield, DTZ, Jones Lang LaSalle, CBRE, Colliers International, GfK Polonia **we współpracy oraz pod patronatem Polskiej Rady Centrów Handlowych (PRCH).**

Cele

- regularne dzielenie się wiedzą i wymiana poglądów o rynku nieruchomości handlowych w Polsce
- regularne publikowanie opinii oraz raportów na temat rynku powierzchni handlowych w oparciu o standardy oraz definicje ICSC (International Council of Shopping Centers)

Definicje

Poniższe definicje zgodne ze standardami ICSC zostały zastosowane na potrzeby tej publikacji:

Centrum handlowe - nieruchomość handlowa, która została zaplanowana, zbudowana oraz jest zarządzana jako jeden podmiot handlowy, składający się ze wspólnych części, o minimalnej powierzchni najmu (GLA) 5,000 m² oraz z minimum 10 sklepów.

Park handlowy - spójnie zaprojektowany, zaplanowany oraz spójnie zarządzany projekt, składający się głównie ze średniej oraz dużej wielkości wyspecjalizowanych obiektów handlowych.

Centrum wyprzedażowe - spójnie zaprojektowany, zaplanowany oraz spójnie zarządzany projekt handlowy z oddzielnymi sklepami, w których producenci lub sprzedawcy detaliczni sprzedają nadwyżki zapasów, końcówki kolekcji lub kolekcje posezonowe po obniżonych cenach.



RAPORT 1 POŁ. 2013

Metodologia

Powyższe definicje zostały zastosowane przez Retail Research Forum w celu klasyfikacji wszystkich obiektów handlowych funkcjonujących w Polsce oraz dostarczenia spójnych informacji na temat podaży centrów handlowych w Polsce.

Na potrzeby publikacji RRF w skład poszczególnych aglomeracji/konurbacji miejskich zostały włączone:

W obszar Aglomeracji Warszawskiej:

Warszawa, Grodzisk Mazowiecki, Podkowa Leśna, Milanówek, Jabłonna, Legionowo, Nieporęt, Halinów, Sulejówek, Wiązowna, Józefów, Otwock, Konstancin-Jeziorna, Piaseczno, Lesznowola, Michałowice, Nadarzyn, Pruszków, Raszyn, Brwinów, Piastów, Ożarów Mazowiecki, Stare Babice, Łomianki, Izabelin, Błonie, Radzymin, Marki, Ząbki, Kobyłka, Wołomin oraz Zielonka.

W obszar Konurbacji Katowickiej:

Będzin, Bytom, Chorzów, Czeladź, Dąbrowa Górnicza, Gierałtowice, Gliwice, Jaworzno, Katowice, Knurów, Mikołów, Mysłowice, Piekary Śląskie, Radzionków, Ruda Śląska, Siemianowice Śląskie, Sosnowiec, Świętochłowice, Tarnowskie Góry, Tychy, Wojkowice i Zabrze.

W obszar Aglomeracji Krakowskiej:

Biskupice, Igołomia-Wawrzeńczyce, Kocmyrzów - Luborzyca, Koniusza, Kraków, Liszki, Michałowice, Mogilany, Niepołomice, Skawina, Świątniki Górne, Wieliczka, Wielka Wieś, Zabierzów oraz Zielonki.

W obszar Aglomeracji Łódzkiej: Aleksandrów Łódzki, Andrespol, Brojce, Konstantynów Łódzki, Ksawerów, Łódź, Nowosolna, Ozorków, Pabianice, Rzgów, Stryków oraz Zgierz.

W obszar Aglomeracji Poznańskiej:

Czerwonak, Dopiewo, Kleszczewo, Komorniki, Kórnik, Luboń, Mosina, Poznań, Puszczykowo, Rokietnica, Suchy Las, Swarzędz oraz Tarnowo Podgórne.

W obszar Aglomeracji Szczecińskiej:

Dobra, Goleniów, Gryfino, Kobylanka, Kołbaskowo, Police, Stare Czarnewo oraz Szczecin.

W obszar Aglomeracji Trójmiejskiej:

Gdańsk, Gdynia, Sopot, Rumia, Reda, Wejherowo, Pruszcz Gdański, Cedry Wielkie, Kolbudy, Kosakowo, Szemud oraz Żukowo.

W obszar Aglomeracji Wrocławskiej:

Czernica, Długołęka, Kąty Wrocławskie, Kobierzyce, Miękinia, Oborniki Śląskie, Święta Katarzyna, Wisznia Mała, Wrocław oraz Żórawina.

Wspólna baza opracowana przez firmy reprezentujące PRCH Retail Research Forum umożliwia publikację spójnych informacji na temat podaży nowoczesnej powierzchni handlowej w Polsce oraz centrów handlowych w budowie (RRF zalicza do tej kategorii wszystkie centra handlowe, których budowa została rozpoczęta i jest kontynuowana).



RAPORT 1 POŁ. 2013

Teksty i opracowanie merytoryczne



Agata Czarnecka
Senior Consultant
Research & Consultancy

Katarzyna Kocon
Junior Consultant
Research & Consultancy



Agnieszka Winkler
Senior Analyst
Research and Consultancy Services



Katarzyna Michnikowska
Senior Consultant
Valuation & Advisory Services



Olga Drela
Consultant
Consulting & Research



Patrycja Dzikowska
Associate Director
Research and Consultancy

Agnieszka Tarajko-Bąk
Research Analyst
Research and Consultancy



Przemysław Dwojak
Department Director
Customer Analytics & Sales Strategies

Paulina Brzeszkiewicz-Kuczyńska
Consultant – Researcher
Customer Analytics & Sales Strategies



POLSKA RADA
CENTRÓW HANDLOWYCH
POLISH COUNCIL
OF SHOPPING CENTRES

Radosław Knap
Deputy General Manager
New Business & Market Research Manager

Natalia Pawluczuk
Education Programmes Manager

RETAIL RESEARCH FORUM



**POLSKA RADA
CENTRÓW HANDLOWYCH**
POLISH COUNCIL
OF SHOPPING CENTRES

RAPORT 1 POŁ. 2013



Factory Annopol, Warszawa



Galeria Podkowa, Podkowa Leśna



Galeria Mallwowa, Skórzewo k. Poznania



Galeria Veneda, Łomża



Pałac Wiślany, Grudziądz



Europa Centralna, Gliwice

