



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

PRCH Turnover Index



Analiza „CORE CENTERS” 2012-2014

"Core centers" to zbiorcza nazwa dla centrów, które uczestniczyły w projekcie PRCH Turnover Index nieprzerwanie przez co najmniej ostatnie 3 lata. Analiza przeprowadzona tylko na tych obiektach pozwala na bardziej dokładne uchwycenie trendów rynkowych, ponieważ wskaźnik estymowany jest z niezmiennej próby. W przeciwieństwie do "bieżącego" indeksu obrotów, wyniki "core centers" są wolne od wpływu czynnika ubocznego, jakim jest różnicowanie obiektów dołączających się w międzyczasie do projektu PRCH Turnover Index.

Z 84 centrów obecnych w PRCH Turnover Index na koniec 2014 roku, 66 raportowały wyniki ciągle od początku 2012 roku.

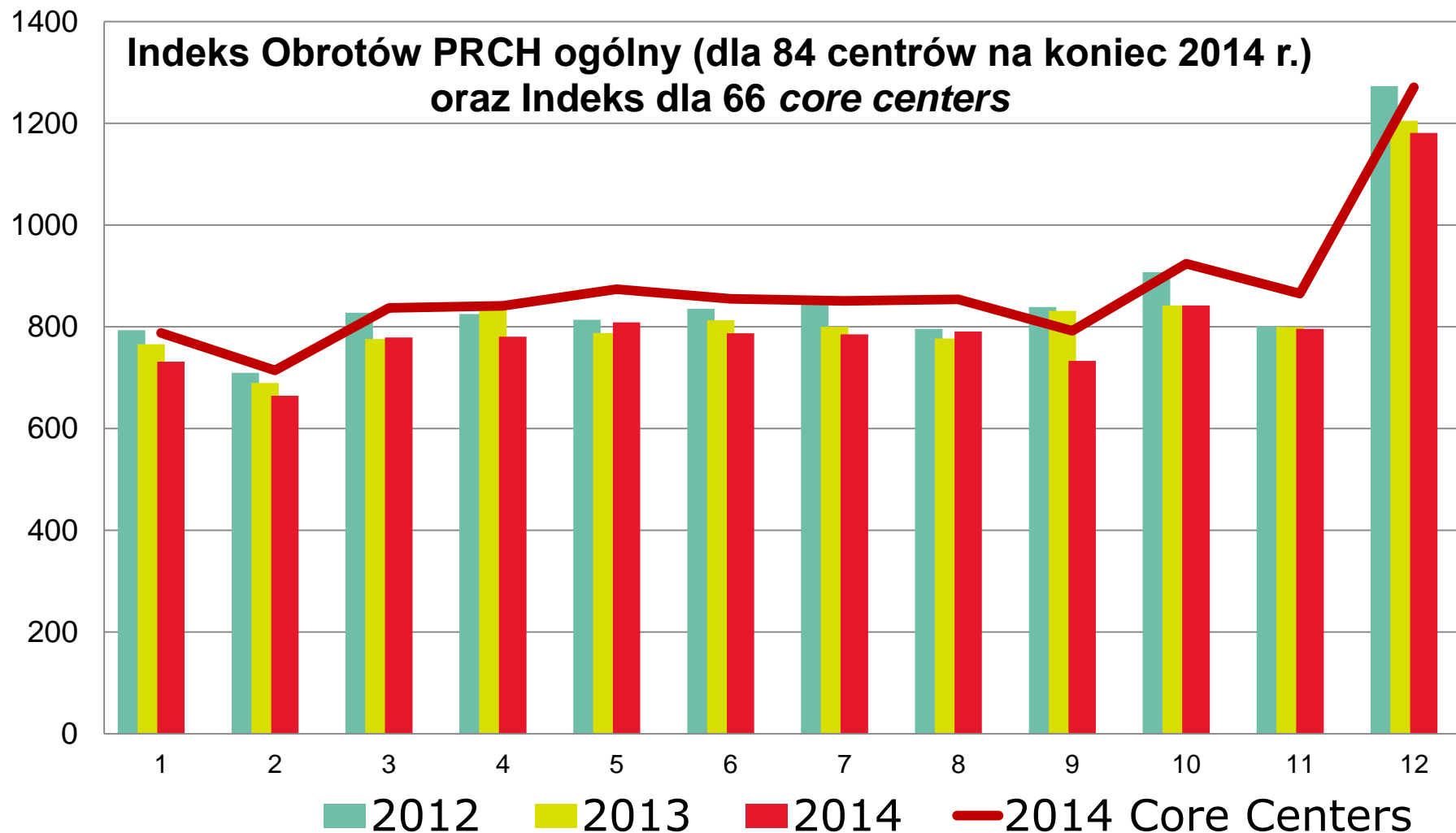
ROZKŁAD KATEGORII

Name of Category	GLA	% GLA
Fashion & Accessories	554 002	55%
Health & Beauty	64 857	6%
Household Appliances & Accessories	87 517	9%
Services	14 464	1%
Specialty Goods	86 071	9%
Foods/Groceries/Supermarkets	57 087	6%
Restaurants/Cafes/Catering	63 366	6%
Entertainment	78 623	8%
Total	1 005 987	100%

Skład Indeksu Obrotów Core Centers 2014:

- 66 z 448 centrów handlowych w Polsce
- 49 z 66 to centra z 8 największych aglomeracji
- raportowana powierzchnia najmu (GLA) = 1,0 mln m kw.

Struktura kategorii najemców w jest w zasadzie identyczna ze strukturą podmiotów raportowanych w PRCH Turnover Index w grudniu 2014



Dynamika trendu dla „core centers” w roku 2014 pokrywa się bardzo dokładnie z wynikami ogólnego PRCH Turnover Index – odchylenie standardowe różnic pomiędzy miesięcznymi indeksami obrotów „ogólnymi” i „core centers” na przestrzeni 2014 r. nie przekroczyło 0,6%.. Można zatem uznać, że ogólny Indeks Obrotów PRCH jest wystarczająco rzetelną miarą kondycji rynku centrów handlowych w Polsce.

W porównaniu na liczbach bezwzględnych, 66 centrów stanowiących „trzon” projektu Indeksu Obrotów notowały w 2014 wyniki średnio o 2,1% lepsze niż wszystkie obiekty uczestniczące w projekcie. Niemniej, w najważniejszych kategoriach, różnica wielkości i kierunku zmian *Year-on-year* w większości przypadków są koherentne.

PRCH TURNOVER INDEX CORE CENTERS – WYBRANE KATEGORIE

ROK 2014	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	Czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
----------	---------	------	--------	----------	-----	----------	--------	----------	----------	-------------	----------	----------

MODA I AKCESORIA

Rok do roku Core Centers	+1,6% ↑	+5,7% ↑	+16,3% ↑	-4,5% ↓	+6,7% ↑	-1,7% ↓	+0,4% ↑	+5,5% ↑	-17,9% ↓	+0,3% ↑	-1,2% ↓	-6,9% ↓
Rok do roku	-3,5% ↓	+0,7% ↑	+10,6% ↑	-9,0% ↓	+4,9% ↑	-3,9% ↓	-2,3% ↓	+3,2% ↑	-20,6% ↓	-2,8% ↓	-3,0% ↓	-7,7% ↓

ARTYKUŁY I AKCESORIA DOMOWE

Rok do roku Core Centers	+3,5% ↑	+0,9% ↑	-0,5% ↓	+9,3% ↑	-0,8% ↓	+0,8% ↑	+2,0% ↑	+4,5% ↑	+8,4% ↑	+13,3% ↑	+9,7% ↑	+2,2% ↑
Rok do roku	+3,5% ↑	+1,5% ↑	+0,3% ↑	+8,2% ↑	+4,9% ↑	+2,6% ↑	+1,7% ↑	+4,8% ↑	+4,7% ↑	+5,3% ↑	+5,3% ↑	+0,9% ↑

ARTYKUŁY SPECJALISTYCZNE

Rok do roku Core Centers	-6,2% ↓	-7,6% ↓	-8,8% ↓	-10,6% ↓	-4,1% ↓	-7,8% ↓	-6,4% ↓	-3,6% ↓	-9,5% ↓	-3,5% ↓	-9,5% ↓	-0,3% ↓
Rok do roku	-13,7% ↓	-14,7% ↓	-15,5% ↓	-16,0% ↓	-2,8% ↓	-6,6% ↓	-4,0% ↓	-1,7% ↓	-12,2% ↓	-6,7% ↓	-9,8% ↓	-1,8% ↓

Moda i akcesoria – moda damska, moda męska, moda mieszana, obuwie, bielizna, dodatki, artykuły dziecięce, torby i akcesoria skórzane, ubrania sportowe;

Zdrowie i uroda – apteki, drogerie i perfumerie, salony piękności, optycy i okulary słoneczne;

Artykuły i akcesoria domowe – wystrój wnętrz, meble, sprzęt RTV/AGD, elektronika;

Usługi – operatorzy telefoniczni i telewizyjni, pralnie chemiczne, naprawa obuwia, biura podróży, kwaciarnie, wymiana walut;

Artykuły specjalistyczne – multimedia i kultura, prasa, księgarnie, zegarki, biżuteria, sklepy zoologiczne, sprzęt fotograficzny, upominki, telefony komórkowe, zabawki, sprzęt sportowy, bagaż;

Artykuły spożywcze / Supermarkety / Hipermarkety
(uwaga: bardzo nieliczne hipermarkety raportują obroty);

Restauracje i kawiarnie / Catering / Fast food / Food court;

Rozrywka – kino, fitness, kręgle, place zabaw dla dzieci.

UWAGI I ZASTRZEŻENIA

Raporty Indeks Obrotów PRCH są publikowane co miesiąc i udostępniane na zasadach członkowskich Polskiej Rady Centrów Handlowych (Baza Wiedzy na www.prch.org.pl).

Wszelkie kopiowanie lub publikowanie może odbywać się jedynie za zgodą PRCH. Raport może podlegać szczególnym warunkom w zakresie publikacji informacji, ustanawianym przez osoby trzecie.

Niniejszy dokument 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 PwC 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 dotyczy wyłącznie współczynnika obrotów sprzedaży netto (bez VAT) z zaraportowanej w danym miesiącu powierzchni GLA z ograniczonej bazy spośród centrów handlowych w Polsce. Wielkość powierzchni raportowanej oraz liczba centrów może być różna w różnych miesiącach.



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

ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY

BAZA WIEDZY
INDEKS OBROTÓW PRCH
PRCH TURNOVER INDEX

W celu dostępu do pełnych, miesięcznych raportów PRCH zaprasza do współpracy w badaniu PRCH Database właściciele i zarządców centrów handlowych w Polsce.

Szczegółowe raporty zawierają **PRCH Turnover Index**:

- wg 8 kategorii branżowych;
- wg regionów NUTS,
- wg aglomeracji.

BAZA WIEDZY
PRCH FOOTFALL
TRENDS

Dodatkowo uczestnicy raportujący odpowiedzialność centrów handlowych otrzymują dostęp do raportu **PRCH Footfall Trends**, ukazującego średnią odpowiedzialność w centrach handlowych w każdym miesiącu.

Kontakt:

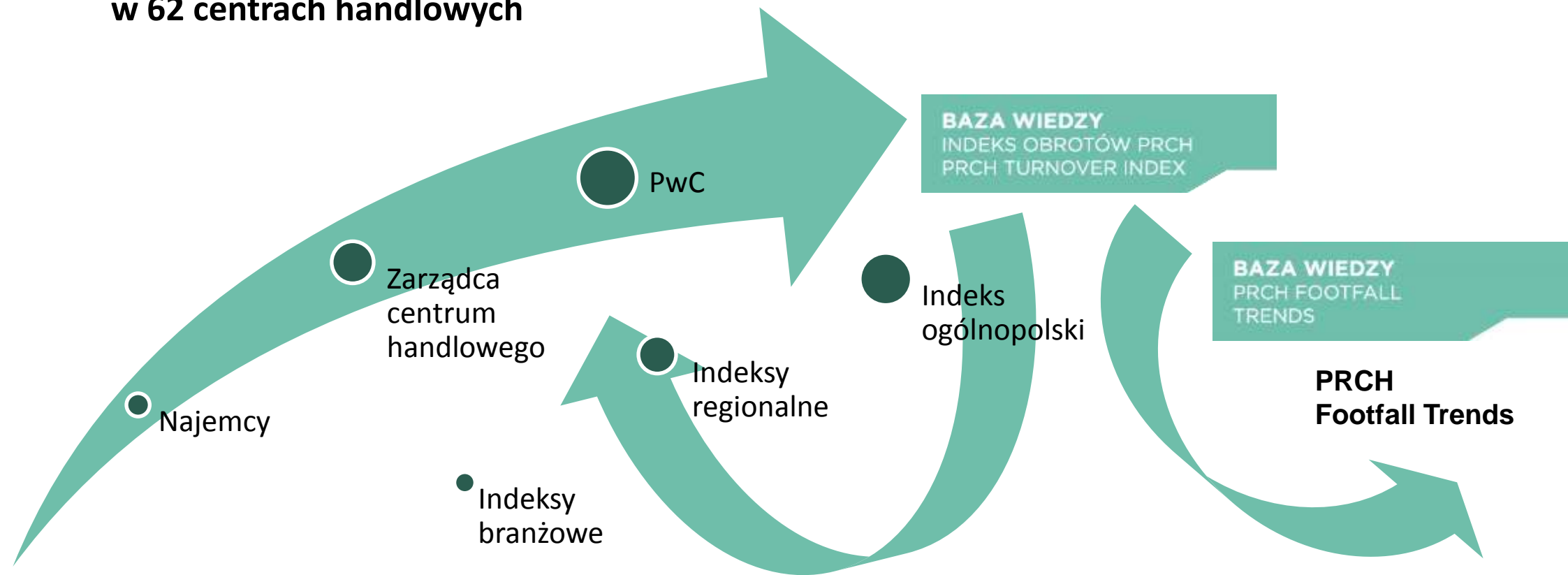
Radostaw Knap
Deputy General Manager
New Business & Market Research Manager

E-mail: rknap@prch.org.pl
Mobile: + 48 512 402 291

PRCH DATABASE PROJECT – MODEL PROJEKTU

TURNOVER INDEX Comiesięczny indeks obrotów sprzedaży netto w PLN / m kw.
w 84 centrach handlowych Polski

FOOTFALL TRENDS Comiesięczny indeks średniej odwiedzalności klientów
w 62 centrach handlowych





**POLSKA RADA
CENTRÓW HANDLOWYCH**

POLISH COUNCIL
OF SHOPPING CENTRES

DANE KONTAKTOWE

Radosław Knap
Chief Operating Officer
E-mail: rknap@prch.org.pl
Mobile: + 48 512 402 291

Mateusz Migut
Research Specialist
mmigut@prch.org.pl
Mobile: + 48 790 028 008