

RETAIL RESEARCH FORUM


Polska Rada Centrow Handlowych
Polish Council of Shopping Centres

RAPORT Q4 2009



Bonarka City Center, Kraków

 **CUSHMAN & WAKEFIELD**

 **DTZ**

 **GENI**

 **JONES LANG
LASALLE**

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT Q4 2009

Spis treści

1. Podaż nowoczesnej powierzchni centrów handlowych w Polsce	2
2. Wskaźnik nowoczesnej powierzchni centrów handlowych na 1 000 mieszkańców	4
3. Nowoczesna powierzchnia centrów handlowych w Polsce w podziale na formaty	7
4. Projekty otwarte w II połowie 2009	9
5. Komentarz GfK na temat siły nabywczej w Polsce	9
6. O Retail Research Forum	12
7. Dane kontaktowe	14

Raport Q4.2009 Retail Research Forum

Raport został opracowany i złożony na zlecenie i ze środków Polskiej Rady Centrów Handlowych (PRCH), III.2010. 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: Bonarka Management Sp. z o.o., TK Development, Global Trade Centre S.A., Inter IKEA Centre Polska S.A., Budizol Property Sp. z o.o. i Keen Property Partners Retail.

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.

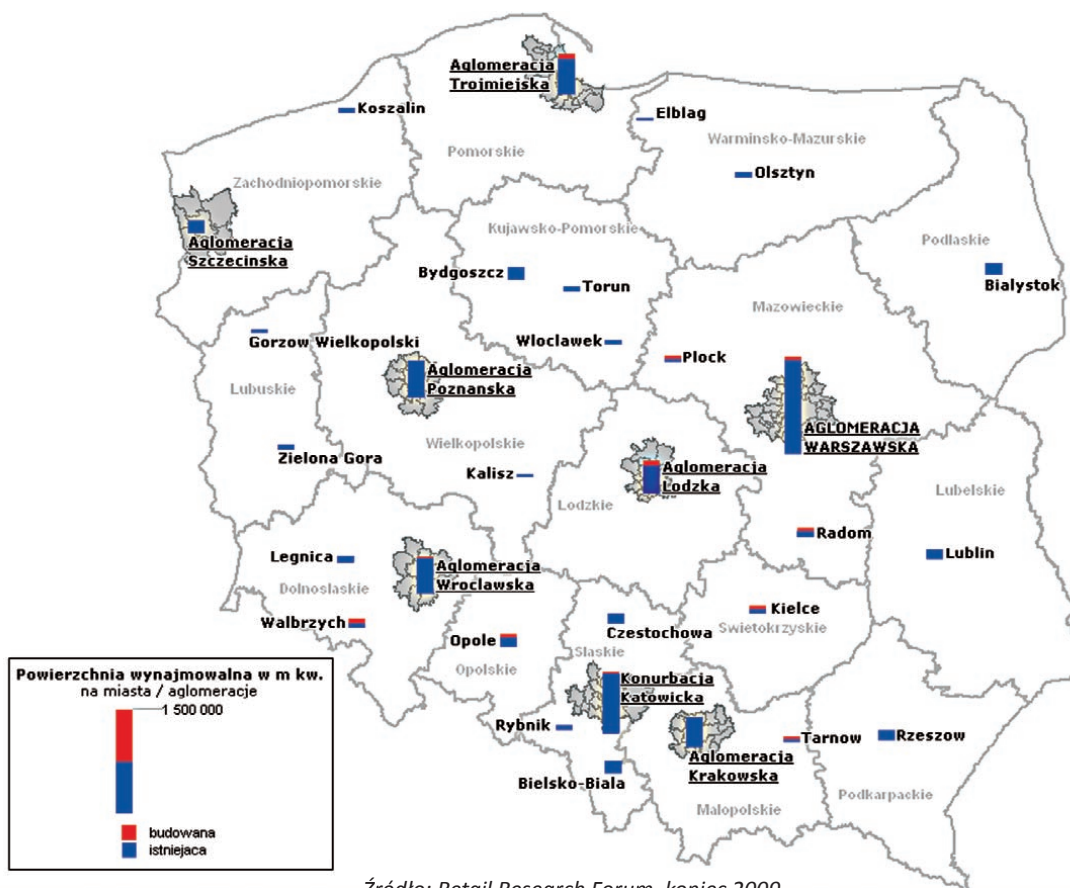
RAPORT Q4 2009

1. Podaż nowoczesnej powierzchni centrów handlowych w Polsce

Na koniec 2009 r. w Polsce istniało blisko 7 690 000 m kw. GLA nowoczesnej powierzchni centrów handlowych. Ponad 62% powierzchni zlokalizowanych jest w ośmiu największych aglomeracjach miejskich, a 38% w miastach średniej wielkości i małych. Wolumen powierzchni centrów handlowych wynosi odpowiednio

848 000 m kw. GLA w miastach do 100 000 mieszkańców, 1 188 000 m kw. w miastach 100 000-200 000 mieszkańców oraz 878 000 m kw. w miastach 200 000-400 000 mieszkańców. Rynek aglomeracji warszawskiej na koniec 2009 roku oferował 1 353 000 m kw. GLA powierzchni centrów handlowych.

Rozmieszczenie powierzchni centrów handlowych w miastach pow. 100 000 mieszkańców

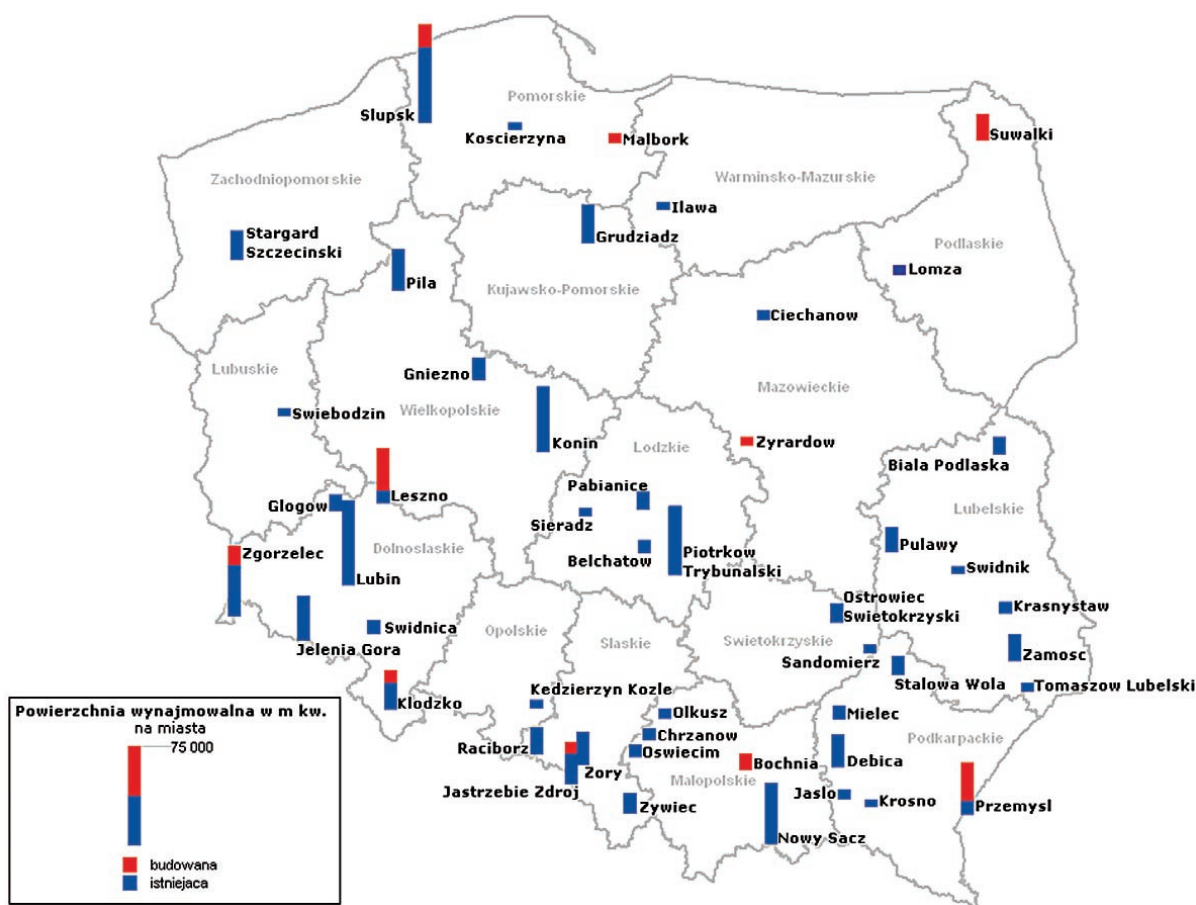


Źródło: Retail Research Forum, koniec 2009

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT Q4 2009

Rozmieszczenie powierzchni centrów handlowych w miastach poniżej 100 000 mieszkańców



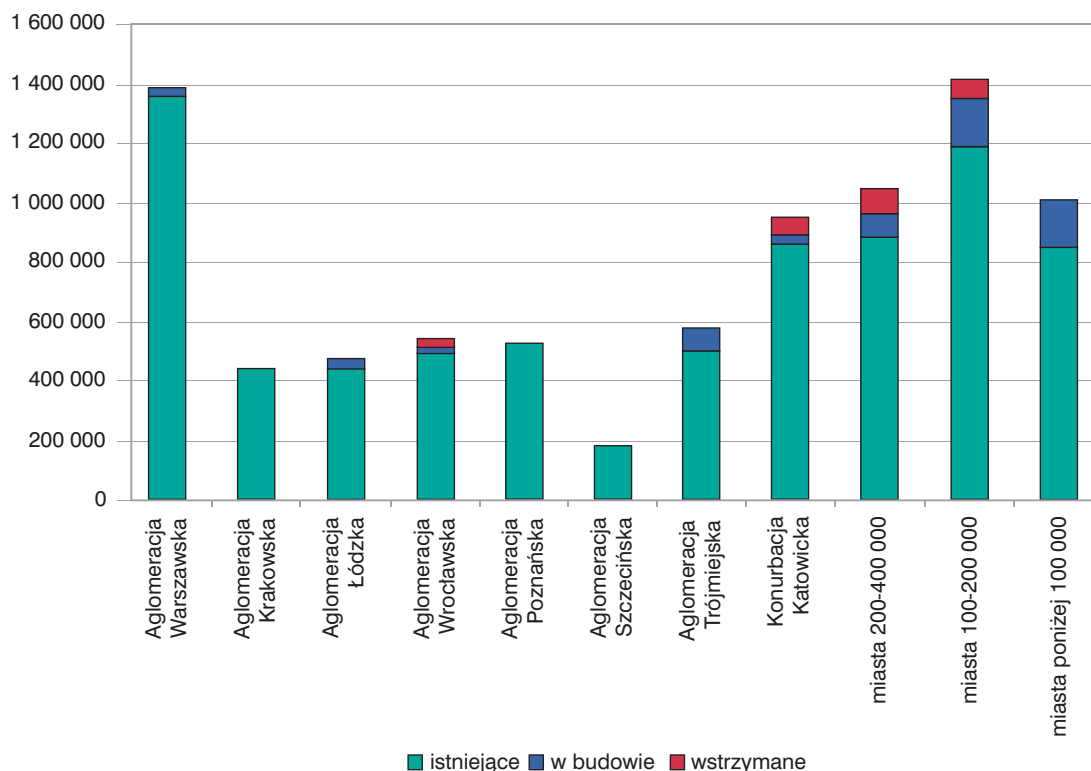
Źródło: Retail Research Forum, koniec 2009

Na koniec 2009 roku w budowie pozostawało około 630 500 m kw. GLA powierzchni centrów handlowych, z czego jedynie 25% w miastach średniej wielkości i małych. Na wznowienie budowy oczekiwały projekty o łącznej powierzchni blisko 230 000 m kw. Obserwowany spadek działalności deweloperskiej to skutek decyzji o wstrzymaniu/opóźnieniu inwestycji

podjętych w końcu 2008 roku w związku z globalnym kryzysem finansowym. Spadek rocznej podaży centrów handlowych w latach 2010-2011 spowoduje zmniejszenie dostępności nowoczesnej powierzchni centrów handlowych w Polsce, a w konsekwencji odwrócenie obecnego trendu rynkowego w zakresie poziomu stawek czynszowych i innych warunków najmu.

RAPORT Q4 2009

Centra handlowe w Polsce (istniejące, w budowie, wstrzymane) na koniec 2009 r.



Źródło: Retail Research Forum, koniec 2009

2. Wskaźnik nowoczesnej powierzchni centrów handlowych na 1 000 mieszkańców

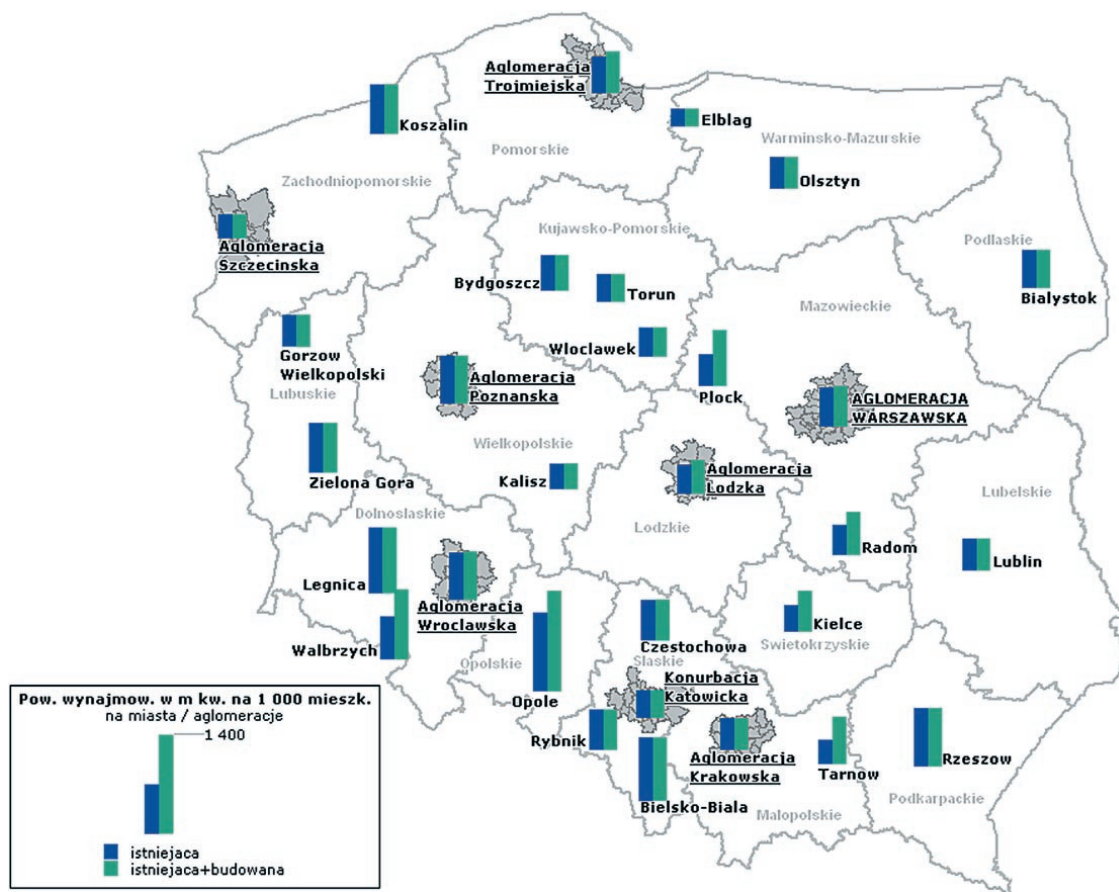
Spośród ośmiu największych aglomeracji, najwyższy wskaźnik nowoczesnej powierzchni centrów handlowych odnotowujemy w Poznaniu (667 m kw. /1 000 mieszkańców) i Wrocławiu (653 m kw). Analizując projekty w budowie, sytuacja ta nie ulegnie zmianie.

Pierwsza połowa 2010 r. przyniesie natomiast znaczące zmiany w aglomeracji łódzkiej, gdzie po otwarciu II fazy centrum handlowego Port Łódź przez Inter Ikea wskaźnik ten wzrośnie z obecnego poziomu 401 m kw. do 471 m kw. na 1 000 mieszkańców.

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT Q4 2009

Wskaźnik powierzchni centrów handlowych na 1 000 mieszkańców w miastach
pow. 100 000 mieszkańców



Źródło: Retail Research Forum, koniec 2009

Nadal najbardziej sprzyjającą nowym inwestycjom handlowym sytuację obserwujemy w konurbacji katowickiej oraz aglomeracji szczecińskiej, gdzie wskaźniki wynoszą odpowiednio 385 m kw. i 340 m kw. W konurbacji katowickiej, otwarcie Agory w Bytomiu przewidziane na jesień 2010, nie zmienia znacząco statystyk rynkowych.

Wskaźnik nowoczesnej powierzchni centrów handlowych wzrośnie do końca roku w Trójmieście

do poziomu 561 m kw., co będzie wynikiem otwarcia Rental Park w bliskim sąsiedztwie centrum wyprzedażowego Fashion House.

Wśród największych miast regionalnych o populacji pomiędzy 200 000 a 400 000 mieszkańców, pozycję lidera zajmuje Częstochowa, gdzie po otwarciu Galerii Jurajskiej wskaźnik osiągnął 573 m kw. Tym samym Częstochowa wyprzedziła w statystykach Białystok (533 m

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT Q4 2009

kw.) i Bydgoszcz (505 m kw.). Duże inwestycje są obecnie realizowane w Radomiu (Galeria Słoneczna) i Kielcach (rozbudowa Galerii Echo). Po ich realizacji, obydwa miasta znajdą się wśród liderów ze wskaźnikami odpowiednio 606 m kw. i 562 m kw.

Wśród miast średniej wielkości zamieszkałych przez 100 000 - 200 000 osób, w kilku miastach jak Opole (1 106 m kw.), Legnica (928 m kw.), Bielsko-Biała (894 m kw.), Rzeszów (824 m kw.), Koszalin (692 m kw.) oraz Zielona Góra (690 m kw.) obserwujemy wysokie wskaźniki nowoczesnej powierzchni centrów handlowych wskazujące na osiągnięcie poziomu nasycenia. Biorąc pod uwagę obiekty realizowane, Opole umocni swoją pozycję zdecydowanego lidera (z wynikiem 1 400 m kw. / 1 000 mieszkańców) po realizacji parku handlowego Turawa. Natomiast do liderów dołączą Wałbrzych (979 m kw. po otwarciu Galerii Victoria), Płock (787 m kw. po otwarciu Galerii Mosty) i Tarnów (651 m kw.) po zrealizowaniu Gemini Jasna Park.

W miastach takich jak Elbląg, Kalisz, Włocławek, Olsztyn i Gorzów Wielkopolski na rynku nadal jest miejsce dla nowej oferty handlowej.

Wśród miast o liczbie mieszkańców poniżej 100 000 występuje duże zróżnicowanie wskaź-

ników oraz jakości istniejącej tam powierzchni handlowej. W miastach takich jak Zgorzelec (1 230 m kw. / 1 000 mieszkańców), Lubin (862 m kw.), Kłodzko (714 m kw.), Piotrków Trybunalski (676 m kw.), Konin (622 m kw.), Słupsk (594 m kw.) i Nowy Sącz (555 m kw.) w ciągu ostatnich lat zostały otwarte nowoczesne centra handlowe i obecne wskaźniki rynkowe wskazują na poziom nasycenia. Warto zaznaczyć, że w niektórych z w/w miast kolejne obiekty są obecnie w budowie (Plaza w Zgorzelcu, Galeria pod Wiatrakami w Słupsku oraz rozbudowa Galerii Twierdza w Kłodzku).

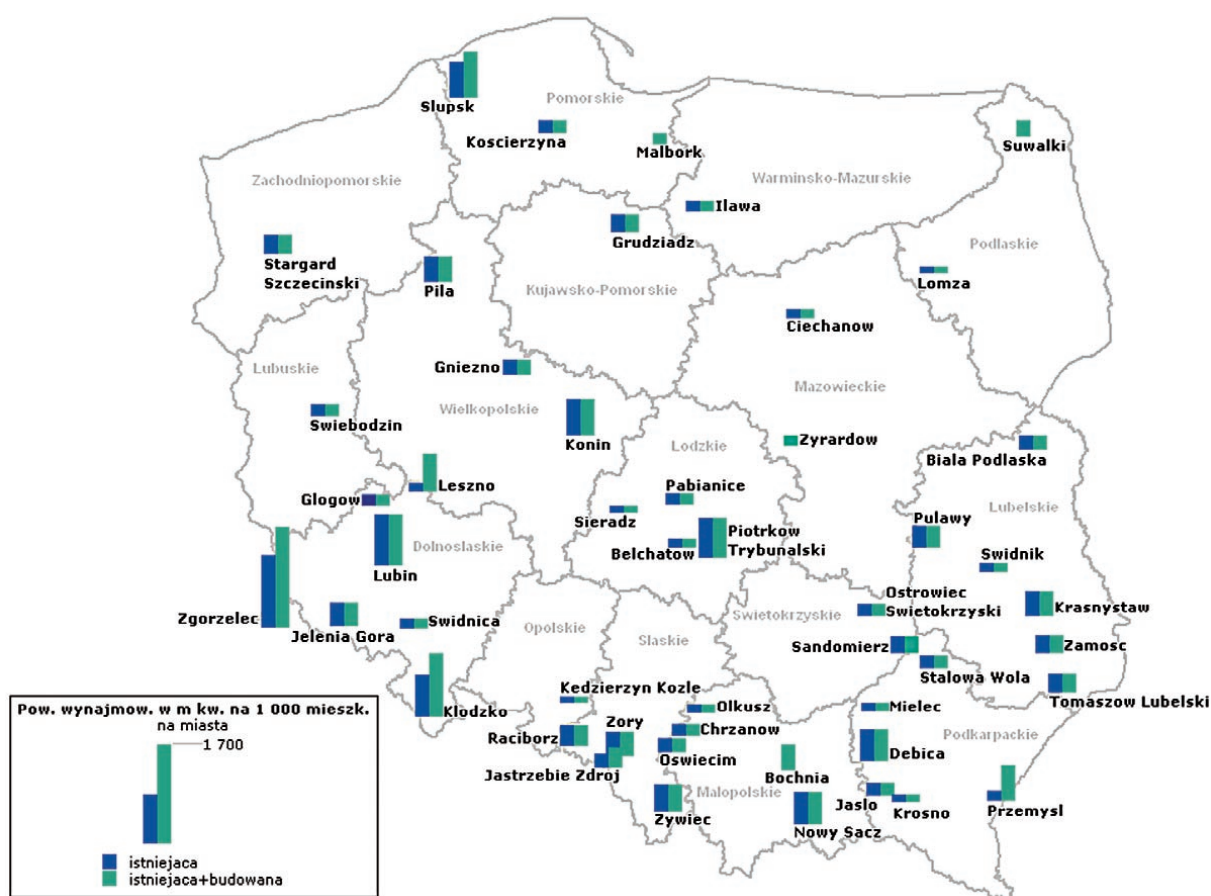
Natomiast w miastach takich jak Żyrardów, Suwałki, Malbork, Bochnia dotychczas nie powstał żaden wielkopowierzchniowy nowoczesny obiekt handlowy, choć są one obecnie przygotowywane i sytuacja w tych miastach ulegnie zmianie w ciągu kilkunastu najbliższych miesięcy. Powstają tam obecnie: Galeria Malborska w Malborku, Galeria Bochnia w Bochni, Stara Garbarnia w Żyrardowie i Plaza w Suwałkach.

Duża aktywność deweloperska rejestrowana jest również w Przemyślu (Galeria Sanova) i Lesznie (Galeria Leszno). Po otwarciu w/w centrów handlowych, wskaźniki w tych miastach osiągną wysoki poziom 654 m kw. w Lesznie i 598 m kw. w Przemyślu.

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT Q4 2009

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



Źródło: Retail Research Forum, koniec 2009

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

W Polsce na koniec 2009 roku działało ponad 330 centrów handlowych, z czego 312 reprezentuje tradycyjny format centrum handlowego.

Tradycyjne centra handlowe stanowią 92% całkowitej podaży centrów handlowych, co przekłada się na ponad 7 milionów m kw.

Parki handlowe stanowią blisko 7% całkowitej podaży tj. około 510 000 m kw. Inter Ikea jest najbardziej aktywnym deweloperem parków handlowych mającym ponad 65-procentowy udział w rynku.

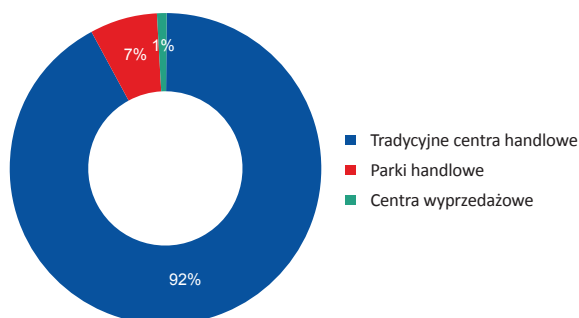
Powierzchnia najmu sześciu istniejących centrów

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT Q4 2009

wyprzedażowych wzrosła w 2009 roku o 5 000 m kw. w wyniku rozbudowy gdańskiego obiektu Fashion House. Całkowita podaż centrów wyprzedażowych w Polsce sięga 94 000 m kw. Neinver oraz The Outlet Company pozostają jedynymi deweloperami aktywnymi w tym segmencie centrów handlowych.

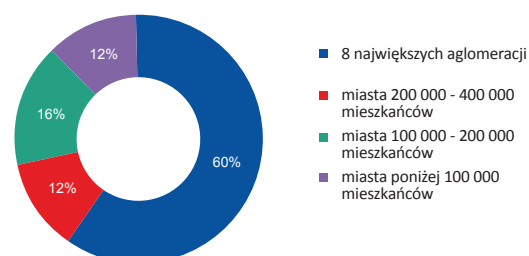
Nowoczesna powierzchnia centrów handlowych w podziale na formaty



Źródło: Retail Research Forum, koniec 2009

Tradycyjne centra handlowe w Polsce zlokalizowane są w przeważającej większości w ośmiu głównych aglomeracjach (60% powierzchni). W miastach o populacji 200 000 – 400 000 i poniżej 100 000 mieszkańców skoncentrowane jest po około 12% powierzchni tradycyjnych centrów handlowych, co przekłada się na podaż około 850 - 870 tys. m kw. w każdej z wymienionych grup. Wyższą podażą tradycyjnych centrów handlowych przekraczającą 1,15 miliona m kw. pochwalić się mogą miasta z liczbą mieszkańców pomiędzy 100 000 a 200 000.

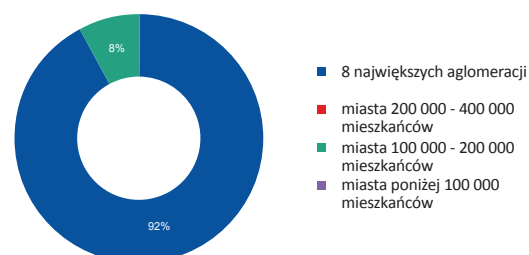
Lokalizacja tradycyjnych centrów handlowych według wielkości miast



Źródło: Retail Research Forum, koniec 2009

Parki handlowe to format, który jest popularny głównie w największych aglomeracjach. Pierwsze parki handlowe zlokalizowane poza ośmioma największymi miastami Polski wybudowane zostały w 2008 roku (Stop Shop w Legnicy - 104 000 mieszkańców) i w 2009 (Park Handlowy Karolinka w Opolu - 126 000 mieszkańców).

Lokalizacja parków handlowych według wielkości miast



Źródło: Retail Research Forum, koniec 2009

Należy jednak zwrócić uwagę, iż część istniejących tradycyjnych centrów handlowych została rozbudowana o quasi parki handlowe, które w kalkulacjach RRF zostały uwzględnione w podaży łącznie. Centra wyprzedażowe w 100% zlokalizowane są w największych aglomeracjach miejskich.

RAPORT Q4 2009

4. Projekty otwarte w II połowie 2009

W II połowie 2009 roku oddano do użytku łącznie blisko 400 000 m kw. GLA powierzchni centrów handlowych, z czego aż 61% w miastach średniej wielkości i małych. Do największych centrów handlowych oddanych w głównych aglomeracjach należą Bonarka w Krakowie oraz I faza Port Łódź w Łodzi. W miastach średniej wielkości w II połowie 2009 ukończono między innymi Galerię Jurajską w Częstochowie, II fazę CH Sfera w Bielsku-Białej, CH Nowy Świat w Rzeszowie oraz Wzorcownię we Włocławku. Wśród projektów oddanych do użytku w miastach poniżej 100 000 mieszkańców należy wymienić Focus Mall w Piotrkowie Trybunalskim, Galerię Sandecja w Nowym Sączu oraz Galerię Niwa w Oświęcimiu.

Największe projekty ukończone w II połowie 2009 r.

Nazwa projektu	Miasto	GLA m kw.
Galeria Jurajska	Częstochowa	48 000
Bonarka	Kraków	90 000
Nowy Świat	Rzeszów	22 000
Galeria Tarnovia	Tarnów	13 800
Galeria Rumia	Rumia	15 300
Port Łódź I faza	Łódź	33 000
Wzorcownia	Włocławek	20 000
Fenix	Radom	11 000
Carrefour	Jastrzębie Zdrój	17 000
Galeria Sandecja	Nowy Sącz	14 700
Galeria Niwa	Oświęcim	9 500
Focus Mall	Piotrków Trybunalski	35 400

Źródło: Retail Research Forum, koniec 2009

5. Komentarz GfK na temat siły nabywczej w Polsce



Indeks Siły Nabywczej GfK definiuje całkowitą wartość towarów i usług, jakie ludność zamieszkała w wybranym obszarze może nabyć w ciągu roku. Przeciętny mieszkaniec Europy dysponuje siłą nabywczą w wysokości 11 699 EURO - taką kwotę może przeznaczyć na zakup towarów i usług w ciągu roku. Przeciętny Polak z siłą nabywczą sięgającą

4 650 EURO (39,7% średniej europejskiej, 20 583 PLN) znajduje się na 29 miejscu w rankingu zamożności europejskich konsumentów.

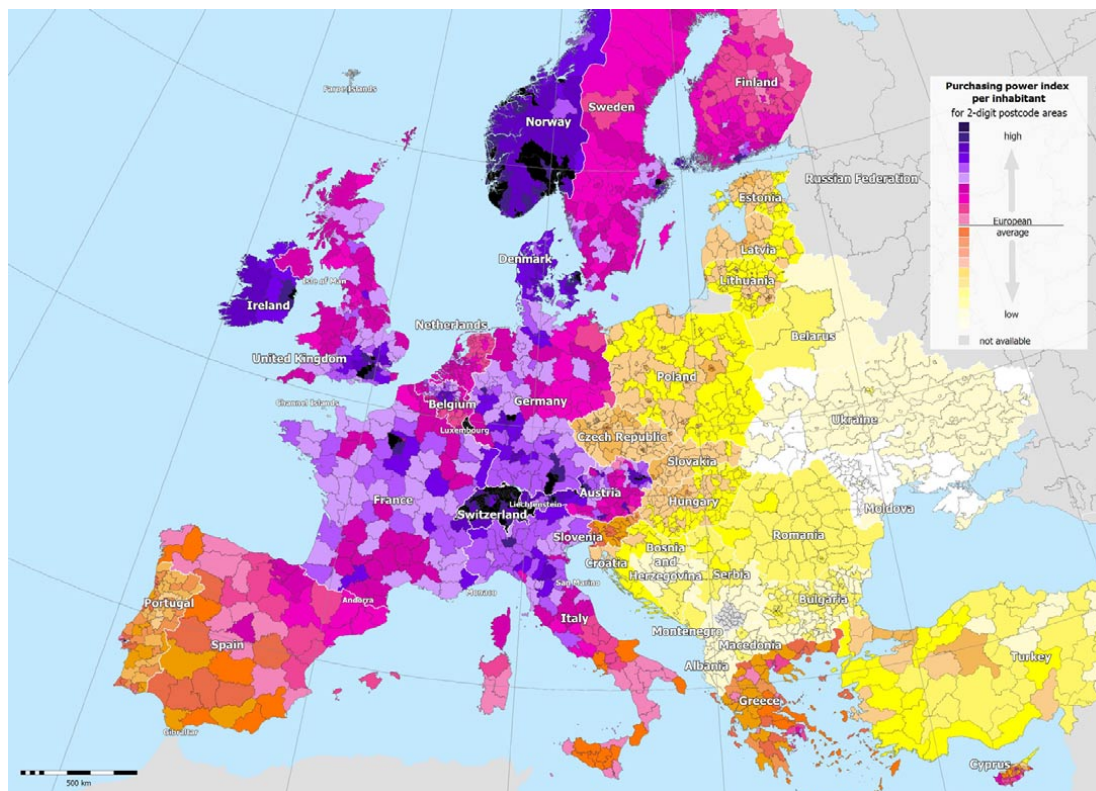
W Polsce mieszkańcy tylko 15 z 379 powiatów osiągają siłę nabywczą na poziomie 50% średniej europejskiej. Są to mieszkańcy największych polskich miast, a także powiatów zlokalizowanych na południowy zachód od stolicy oraz mieszkańcy Płocka i Lubina. Najzamożniejsi są

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT Q4 2009

PRCH RETAIL RESEARCH FORUM

Indeks Siły Nabywczej w Europie



Źródło: GfK, marzec 2010

Przykłady różnic w potencjale europejskich konsumentów

Wybrane państwa z rankingu	Siła Nabywcza EURO na mieszkańca/rok	Indeks Siły Nabywczej 2010 100 = średnia europejska
Lichtenstein	50 761	433,9
Francja	18 839	161,0
Szwecja	14 561	124,5
W. Brytania	14 240	121,7
Hiszpania	13 115	112,1
Słowacja	6 871	58,7
Polska	4 650	39,7
Mołdawia	1 222	10,4

Źródło: GfK, marzec 2010

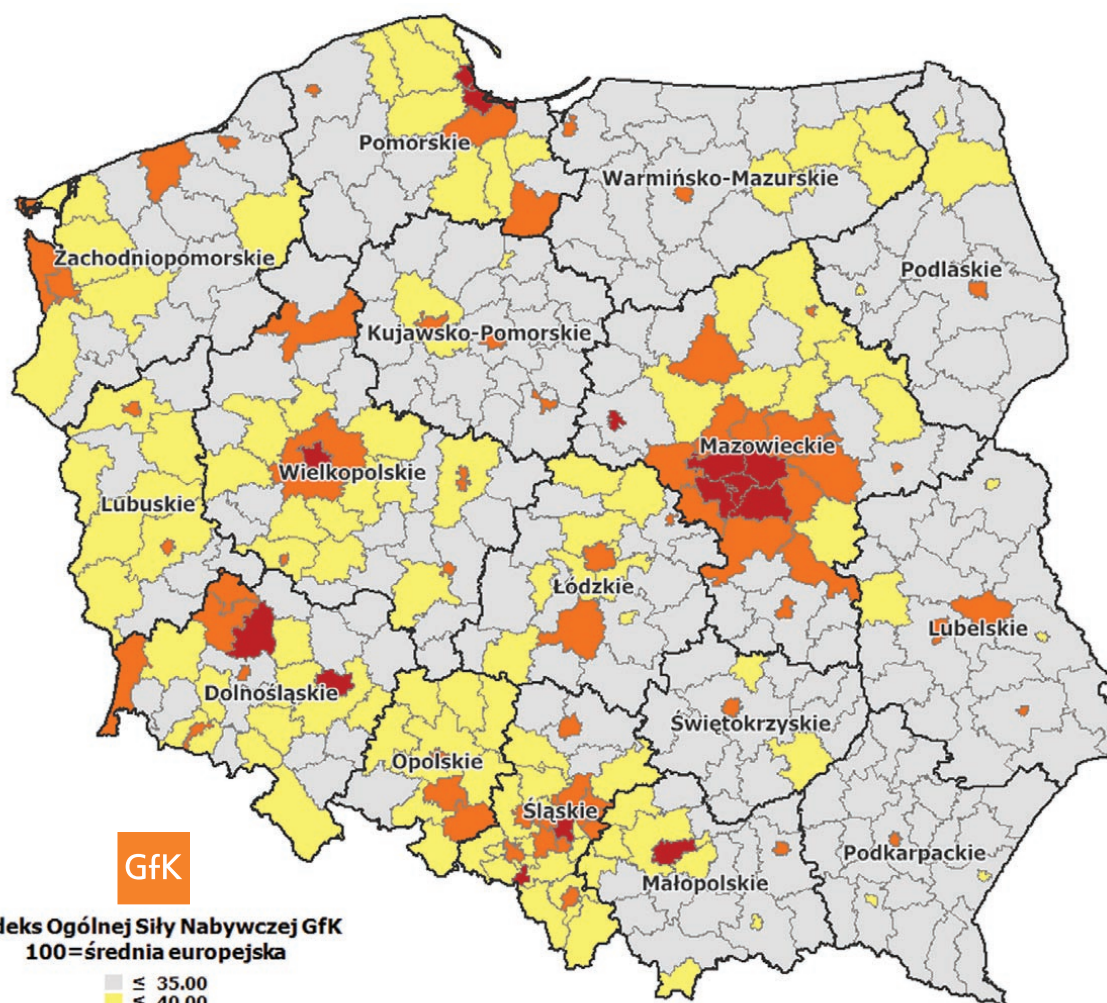
konsumenci mieszkający w stolicy - przeciętny warszawiak ma do wydania w ciągu roku 7 786 EURO (34 467 PLN), co stanowi 66,7% średniej europejskiej, a 167% średniej siły nabywczej w Polsce.

W przypadku największych polskich aglomeracji najwyższy potencjał nabywczy koncentruje się w samych miastach-stolicach aglomeracji lub na ich obrzeżach, w miejscowościach (gminach) sypialniach dla pracowników dużych ośrodków miejskich. Charakterystyczna dla polskich aglomeracji jest

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT Q4 2009

Indeks Ogólnej Siły Nabywczej w Polsce



Źródło: GfK, marzec 2010

duża dysproporcja zamożności mieszkańców poszczególnych gmin wchodzących w ich skład. Widać to doskonale na przykładzie obszaru Krakowa i okolic, gdzie uśrednieni najzamożniejsi mieszkańcy osiągają poziom 127,7% średniej krajowej, a najbiedniejsi jedynie 68,8% - to prawie 60 p.p. różnicy.

Przeciętny mieszkaniec Polski dysponuje w tym roku potencjałem ekonomicznym w wysokości 20 583 PLN. Pieniądze te przeznaczone są na niezbędne wydatki związane z utrzymaniem, zakupami artykułów codziennego użytku oraz na zakupy związane z przyjemnościami, a także

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT Q4 2009

Siła Nabywcza w największych aglomeracjach Polski

Aglomeracja	Gdańsk	Katowice	Kraków	Łódź	Poznań	Szczecin	Warszawa	Wrocław
Mieszkańcy aglomeracji	992 205	2 233 621	1 004 750	1 006 258	794 810	546 768	2 469 786	761 703
Ogólna Siła Nabywcza GfK dla aglomeracji (mln. PLN)	25 263	50 346	24 659	22 762	20 149	13 614	78 843	20 913
% ludności Polski	2,6%	5,9%	2,6%	2,6%	2,1%	1,4%	6,5%	2,0%
% Siły Nabywczej Polski	3,2%	6,4%	3,1%	2,9%	2,6%	1,7%	10,0%	2,7%
Odchylenie od średniej dla Polski gmin w aglomeracji (w %):								
Gmina z najwyższym potencjałem	134,5	130,8	127,7	114,5	130,3	125,9	167,5	141,0
Gmina z najniższym potencjałem	85,1	94,9	68,8	85,1	85,2	98,3	98,7	88,2

Źródło: GfK, marzec 2010

na inwestycje. W porównaniu z rokiem 2009 odnotowaliśmy nieznaczny spadek (o 1,5%) zamożności przeciętnego polskiego konsumenta w stosunku do roku poprzedniego. Oznacza to, że w skali roku wszyscy polscy konsumenci mają do wydania o 11,7 mld PLN mniej.



Przemysław Dwojak, GfK Polonia
E-mail: przemyslaw.dwojak@gfk.com

6. O Retail Research Forum

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, GENI, przy współudziale firmy GfK Polonia oraz pod patronatem Polskiej Rady Centrów Handlowych (PRCH).

Celem RRF jest:

- 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 składający się z minimum 10 sklepów.

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT Q4 2009

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

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

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, Gierałtowiec, 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 Czarnowo 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 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).

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT Q4 2009

7. Dane kontaktowe



Katarzyna Michnikowska
Starszy Analityk Rynku
Dział Doradztwa
Cushman & Wakefield
Tel: +48 22 820 20 20
katarzyna.michnikowska@eur.cushwake.com



Ewa Derlatka-Chilewicz
Associate Director
Dział Doradztwa i Badań Rynkowych
DTZ
Tel: +48 22 222 30 00
ewa.derlatka-chilewicz@dtz.com



Agata Łukasik
Executive Advisor
Knowledge Management
GENI
Tel: +48 22 636 51 19
agata.lukasik@geni.pl



Patrycja Dzikowska
Starszy Konsultant
Dział Badań Rynkowych i Doradztwa
Jones Lang LaSalle
Tel: +48 22 318 00 00
patrycja.dzikowska@eu.jll.com



Małgorzata Gajuk
Specjalista ds. analiz rynku
Polska Rada Centrów Handlowych
Tel: +48 22 222 44 34
mgajuk@prch.org.pl

Piotr Kaszyński
Partner, Dyrektor Działu
Powierzchni Handlowych
Cushman & Wakefield
Tel: +48 22 820 20 20
piotr.kaszynski@eur.cushwake.com



Piotr Wasilewski
Dyrektor Działu Powierzchni
Handlowych
DTZ
Tel: +48 22 222 30 00
piotr.wasilewski@dtz.com



Klaudia Zdrojowska
Executive Advisor
Knowledge Management
GENI
Tel: +48 22 636 51 19
klaudia.zdrojowska@geni.pl



Anna Wysocka
Dyrektor Działu Najmu
Powierzchni Handlowych
Jones Lang LaSalle
Tel: +48 22 318 00 00
anna.wysocka@eu.jll.com



Radosław Knap
Menedżer ds. Rozwoju
Polska Rada Centrów Handlowych
Tel: + 48 512 402 291
rknap@prch.org.pl



RETAIL RESEARCH FORUM

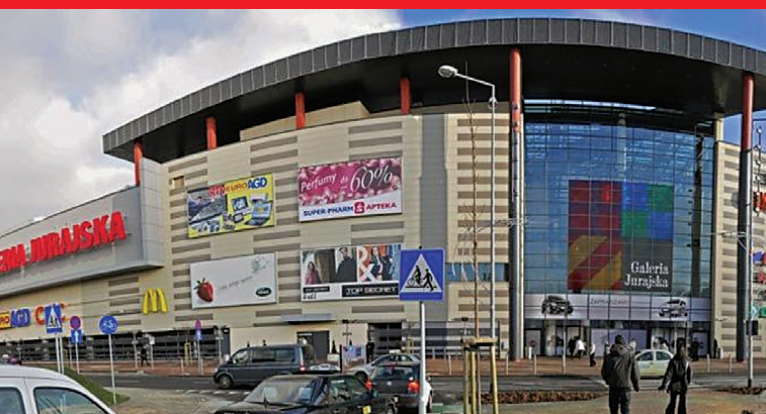
RAPORT Q4 2009



Galeria Tarnovia, Tarnów



Galeria Sandecja, Nowy Sącz



Galeria Jurajska, Częstochowa



Port Łódź I faza, Łódź



Wzorcownia, Włocławek



Galeria Niwa, Oświęcim