

RETAIL RESEARCH FORUM



Polska Rada Centrów Handlowych
Polish Council of Shopping Centres

RAPORT 1 POŁ. 2012



Galeria Korona, Kielce



RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT 1 POŁ. 2012

Spis treści

1. Podaż nowoczesnej powierzchni centrów handlowych* w Polsce	2
2. Wskaźnik nowoczesnej powierzchni centrów handlowych na 1 000 mieszkańców	5
3. Nowoczesna powierzchnia centrów handlowych w Polsce w podziale na formaty.	10
4. Projekty otwarte w pierwszej połowie 2012	11
5. Wskaźnik wykorzystania powierzchni i pustostanów w centrach handlowych.	13
6. Najemcy i struktura najmu w centrach handlowych w Polsce	16
7. Siła nabywcza Europejczyków.	19
8. O PRCH Retail Research Forum.	21
9. Dane kontaktowe.	23

* w tradycyjnych centrach handlowych, parkach handlowych i centrach outletowych

Raport H1.2012 PRCH Retail Research Forum

Raport został opracowany i złożony na zlecenie i ze środków Polskiej Rady Centrów Handlowych (PRCH), I-VI.2012. 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: Apsys Polska Sp. z o.o., Galerii Korona Kielce, Grupy JWK, LC Corp Sky Tower Sp. z o.o., UBM Polska Sp. z o.o.

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.

RETAIL RESEARCH FORUM

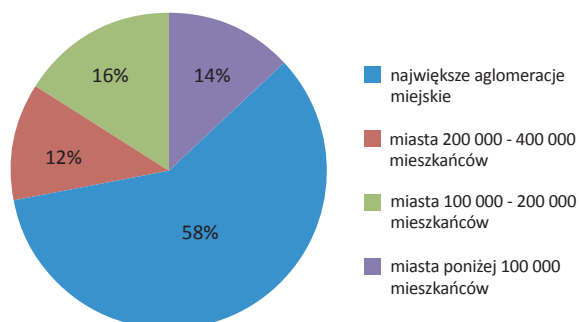
RAPORT 1 POŁ. 2012

1. Podaż nowoczesnej powierzchni centrów handlowych w Polsce

Na koniec I połowy 2012 roku całkowity wolumen powierzchni centrów handlowych w Polsce, do których zaliczane są tradycyjne centra handlowe, parki handlowe i centra wyprzedażowe wyniósł blisko 8 973 400 m kw. powierzchni najmu brutto (GLA). Powierzchnia istniejących centrów handlowych wynosi odpowiednio 1,29 mln m kw. GLA w miastach do 100 000 mieszkańców, 1,46 mln m kw. GLA w miastach 100 000 – 200 000 mieszkańców, 1,05 mln m kw. GLA w miastach 200 000 – 400 000 mieszkańców oraz 5,17 mln m kw. GLA w największych aglomeracjach.

Największym rynkiem handlowym wśród ośmiu głównych aglomeracji miejskich jest Aglomeracja Warszawska z 1 336 170 m kw. GLA oraz Konurbacja Katowicka z 941 672 m kw. GLA. W grupie dużych miast (200-400 000 mieszkańców) największą ilość powierzchni oferują rynki Bydgoszczy (187 800 m kw. GLA) oraz Lublina (166 430 m kw. GLA) i Białegostoku (164 900 m kw. GLA). Rzeszów

Struktura podaży centrów handlowych w Polsce w pierwszej połowie 2012 r.

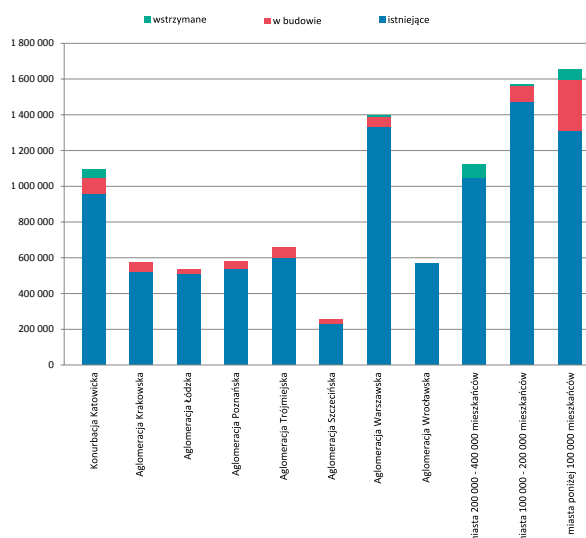


Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

(195 500 m kw. GLA), Opole (174 900 m kw. GLA) i Bielsko-Biała (157 800 m kw. GLA) mają najwięcej powierzchni handlowej wśród miast o wielkości 100 000 – 200 000 mieszkańców. Biorąc pod uwagę miasta najmniejsze do najbardziej rozwiniętych rynków należą Słupsk (93 200 m kw. GLA), Nowy Sącz (64 800 m kw. GLA) i Lubin (64 500 m kw. GLA). Największy wzrost podaży w stosunku do analogicznego okresu roku 2011 odnotowano w miastach poniżej 100 000 mieszkańców oraz miastach o wielkości 100 000 – 200 000 mieszkańców.

Łącznie w pierwszej połowie 2012 roku oddano do użytku prawie 254 000 m kw. centrów handlowych, co stanowiło porównywalny poziom podaży w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego. Do największych centrów handlowych ukończonych w 1 i 2 kwartale 2012 roku należą Galeria Korona w Kielcach, Nova Park w Gorzowie Wielkopolskim, Sky Tower we

Centra handlowe w Polsce w pierwszej połowie 2012 r.



Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT 1 POŁ. 2012

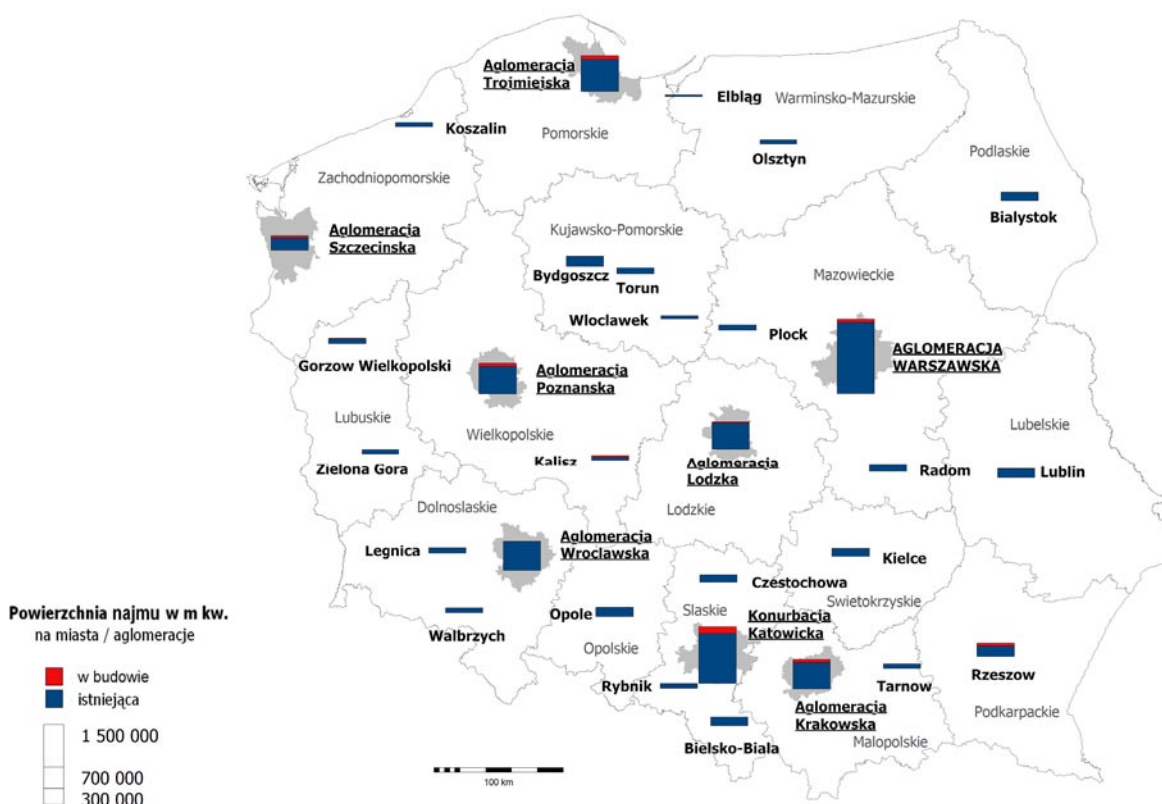
Wrocławiu oraz Alfa Centrum w Grudziądzu. W pierwszej połowie 2012 roku ponownie wzrósł udział miast małych i średniej wielkości w całkowitych zasobach powierzchni handlowej (z 41,5% do 42%). Można zaobserwować również dalszy znaczący udział rozbudów: łącznie o 37 700 m kw. GLA (15% całkowitej podaży), z których największe to rozbudowa Centrum Handlowego Jantar w Słupsku o 15 500 m kw. GLA oraz trzeci etap rozbudowy Magnolia Park we Wrocławiu o 10 200 m kw. GLA.

Na koniec pierwszej połowy 2012 roku w

budowie pozostawało ponad 870 000 m kw. GLA powierzchni centrów handlowych, z czego 51% w największych aglomeracjach i aż 37% w miastach małych (poniżej 100 000 mieszkańców). Tylko 12% nowej powierzchni buduje się obecnie w miastach średnich pomiędzy 100 000 – 400 000 mieszkańców.

Trend stabilizacji nowej podaży dostarczanej na rynek na poziomie 500 – 600 000 m kw. GLA rocznie, odnotowany w 2010 i 2011 roku, utrzymuje się w 2012 roku i jest przewidywany również na rok 2013. Biorąc pod uwagę stan

Rozmieszczenie powierzchni centrów handlowych w miastach powyżej 100 000 mieszkańców



Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

RETAIL RESEARCH FORUM

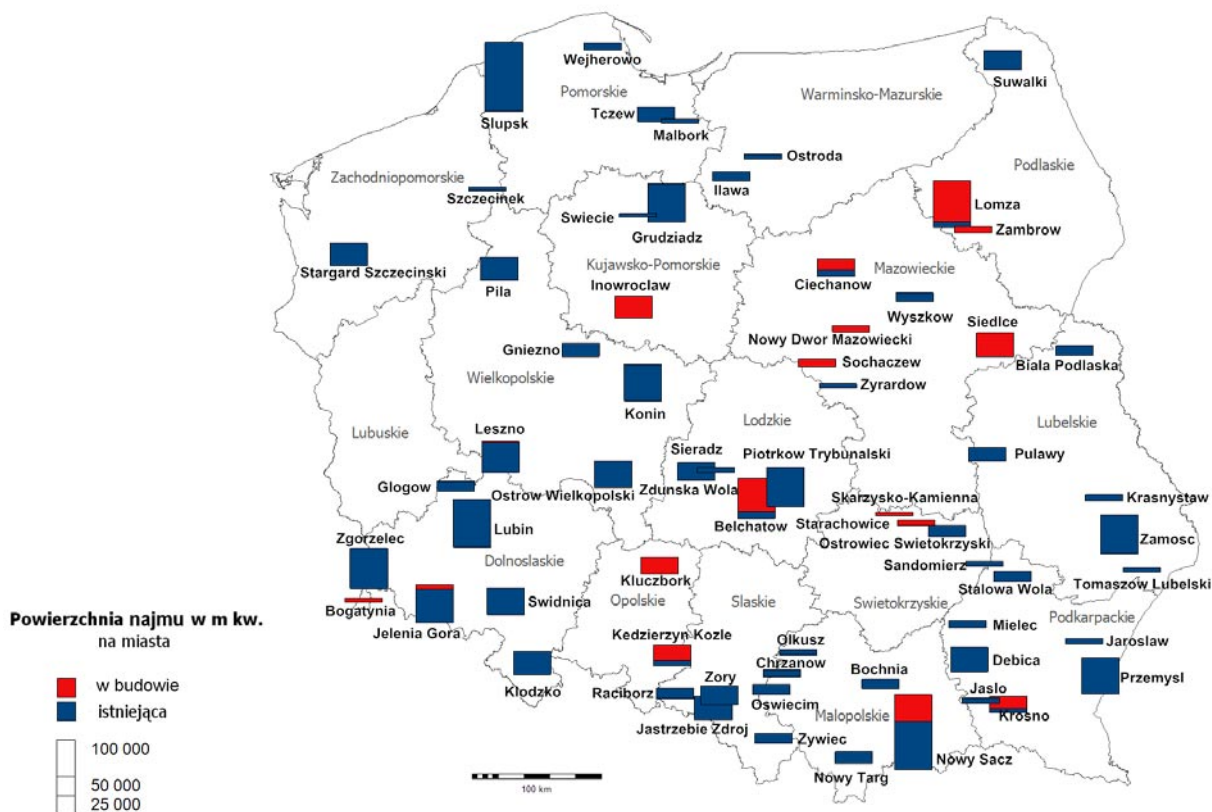
RAPORT 1 POŁ. 2012

zaawansowania prac, ponad 200 000 m kw. spośród 870 000 m kw. budowanej obecnie powierzchni handlowej do wynajmu w całym kraju, może zostać dostarczone na rynek na koniec 2012 roku. Największe budowane centra handlowe to: Europa Centralna w Gliwicach, Auchan Bronowice, City Center Poznań, Galeria Katowicka, City Center Rzeszów i faza II Centrum

Handlowego Wzgórza w Gdyni.

Biorąc pod uwagę projekty oczekujące na wznowienie budowy oraz projekty na zaawansowanym etapie rozwoju należy spodziewać się, że znaczący wzrost podaży centrów handlowych w Polsce nastąpi po 2014 roku, o ile pozwoli na to globalna koniunktura gospodarcza.

Rozmieszczenie powierzchni centrów handlowych w miastach poniżej 100 000 mieszkańców



Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

RAPORT 1 POŁ. 2012

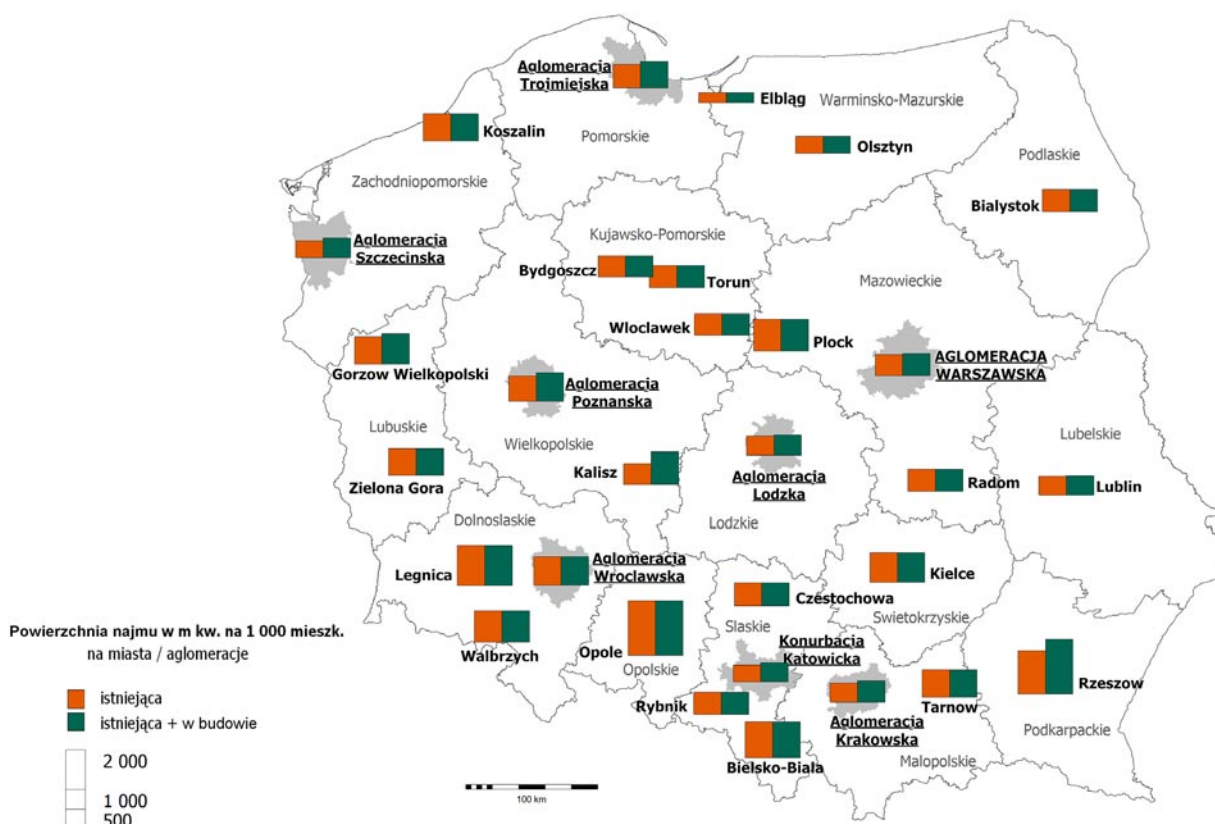
2. Wskaźnik nowoczesnej powierzchni centrów handlowych na 1 000 mieszkańców

Na koniec pierwszej połowy 2012 roku **średni wskaźnik nasycenia nowoczesną powierzchnią handlową dla całego kraju wyniósł 233 m kw. /**

1 000 mieszkańców i wzrost nieznacznie (o 4 m kw.) od końca 2011 roku.

Średni wskaźnik nasycenia dla **ośmiu największych aglomeracji** wynosi obecnie 527 m kw. / 1 000 mieszkańców (poprzednio 520 m kw.). Niezmiennie liderami pod względem nasycenia pozostają: Wrocław (729 m kw. – wzrost po otwarciu Galerii Sky Tower) i Poznań (649 m kw.). Natomiast Aglomeracja Szczecińska i Konurbacja Katowicka wciąż plasują

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



Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT 1 POŁ. 2012

się na ostatnich pozycjach wśród największych aglomeracji.

W pierwszej połowie 2012 roku największy wzrost wskaźnika powierzchni handlowej na 1 000 mieszkańców nastąpił we Wrocławiu. Poznań, Trójmiasto i Szczecin to aglomeracje, w których obecnie obserwowana jest najwyższa aktywność deweloperów. Po oddaniu obiektów obecnie znajdujących się w budowie, w każdym z tych miast wskaźnik nasycenia wzrośnie o ok. 70 m kw. Wzrost wskaźnika o ok. 60 m kw. przyniesie realizacja nowych obiektów w Krakowie i Katowicach.

również większej aktywności budowlanej.

Średnie nasycenie nowoczesną powierzchnią handlową pośród **15 miast zamieszkałych przez 100 000 – 200 000 osób** wzrosło nieznacznie do 745 m kw. / 1 000 mieszkańców.

Największy wzrost nastąpił w Gorzowie Wielkopolskim gdzie otworzyła się Galeria Nova Park. W mieście tym w budowie jest obecnie jeszcze jeden projekt (Zielona Przystań), stąd oczekiwany jest dalszy wzrost wskaźnika nasycenia. Duża aktywność budowlana rejestrowana jest także w Rzeszowie (w budowie City Center) oraz

Nasycenie powierzchnią handlową w m kw. na 1 000 mieszkańców dla 8 aglomeracji

Aglomeracje	Obiekty istniejące	Obiekty istniejące i w budowie
Wrocław	729	729
Poznań	649	724
Trójmiasto	601	672
Warszawa	536	560
Średnia dla aglomeracji	527	572
Łódź	495	522
Kraków	484	543
Szczecin	427	497
Katowice	427	484

Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

Natomiast w Warszawie i Łodzi spodziewamy się wzrostu wskaźnika o ok. 25 m kw.

Średni wskaźnik nasycenia dla **największych miast regionalnych (o populacji pomiędzy 200 000 a 400 000 mieszkańców)** wzrósł do 563 m kw. / 1 000 mieszkańców. Wzrost wskaźnika nastąpił w Kielcach (otwarcie Galerii Korona) i w Lublinie (otwarcie parku handlowego Tatary obok centrum E.Leclerc przy ul. Turystycznej).

W pozostałych miastach nie nastąpiły zmiany w ciągu ostatnich 6 miesięcy, nie odnotowano tam

w Kaliszu (Galeria Amber).

W miastach o liczbie mieszkańców poniżej 100 000 obserwujemy dużą aktywność budowlaną deweloperów. W pierwszej połowie 2012 roku zostało tam otwartych wiele znaczących obiektów handlowych. Nastąpił znaczny wzrost wskaźnika nasycenia powierzchnią handlową m.in. w miastach: Grudziądz (do 521 m kw. po otwarciu Galerii Alfa), Tczew (do 324 m kw. po otwarciu Galerii Kociewskiej), Słupsk (do 964 m kw. po rozbudowie Centrum Handlowego Jantar), Świdnica (do 608 m

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT 1 POŁ. 2012

Nasylenie powierzchnią handlową w m kw. na 1 000 mieszkańców w miastach o populacji 200 000 - 400 000

Miasta	Obiekty istniejące	Obiekty istniejące i w budowie
Kielce	757	757
Częstochowa	578	578
Toruń	564	564
Radom	561	561
Białystok	559	559
Średnia dla miast 200 000 - 400 000 mieszkańców	563	565
Bydgoszcz	527	527
Lublin	478	492

Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

kw. po otwarciu Galerii Świdnickiej).

Duże zmiany zaobserwowaliśmy także na rynkach najmniejszych miast, takich jak Świecie, Jarosław, Dębica, Zduńska Wola, Stargard Szczeciński, gdzie otwarcie mniejszej skali obiektów handlowych (do 10 000 m kw. powierzchni najmu), spowodowało

duży wzrost statystyk rynkowych.

Obecnie największa aktywność budowlana dotyczy miast takich jak:

- Łomża - w trakcie budowy są Galeria Narew i Galeria Veneda,
- Bełchatów - po otwarciu Galerii Olimpia i Galerii Ba-

Nasylenie powierzchnią handlową w m kw. na 1 000 mieszkańców w miastach o populacji 100 000-200 000

Miasta	Obiekty istniejące	Obiekty istniejące i w budowie
Opole	1 391	1 391
Rzeszów	1 097	1 386
Legnica	1 017	1 017
Bielsko-Biała	902	902
Płock	806	806
Wałbrzych	805	805
Średnia dla miast 100 000 - 200 000 mieszkańców	745	794
Tarnów	699	699
Gorzów Wielkopolski	695	779
Koszalin	687	687
Zielona Góra	685	685
Rybnik	566	566
Włocławek	529	529
Kalisz	526	840
Olsztyn	439	439
Elbląg	251	251

Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT 1 POŁ. 2012

- wełnianka wskaźnik nasycenia osiągnie 880 m kw.,
- Kluczbork - w budowie Galeria Miodowa,
- Nowy Sącz - pomimo obecnie i tak już dość wysokiego wskaźnika, przybędzie jeszcze jedna galeria handlowa – Trzy Korony,
- Siedlce – budowa Galerii S,
- Inowrocław – otwarcie Galerii Solnej spowoduje wzrost wskaźnika nasycenia do 396 m kw.,

- Zambrów – w budowie Galeria Bem,
 - Ciechanów – po otwarciu centrum handlowego Arabella wskaźnik nasycenia osiągnie 534 m kw.
- To tylko wybrane przykłady, które potwierdzają duże zainteresowanie deweloperów rynkami małych miast. Poniższa tabela przedstawia sytuację w wybranych miastach z liczbą mieszkańców poniżej 100 000.

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

Miasta	Obiekty istniejące	Obiekty istniejące i w budowie
Zgorzelec	1 724	1 724
Kłodzko	1 119	1 119
Słupsk	964	964
Lubin	870	870
Zamość	789	789
Nowy Sącz	767	1 192
Przemyśl	736	736
Dębica	697	697
Piotrków Trybunalski	682	682
Leszno	630	652
Konin	625	625
Świdnica	608	608
Sieradz	559	559
Jelenia Góra	531	609
Grudziądz	520	520
Ostrów Wielkopolski	497	497
Nowy Targ	478	479
Krasnystaw	437	437
Stargard Szczeciński	432	432
Tczew	324	324
Bełchatów	153	880
Ciechanów	189	534
Krosno	131	470
Łomża	117	995
Kędzierzyn-Koźle	109	435

RETAIL RESEARCH FORUM

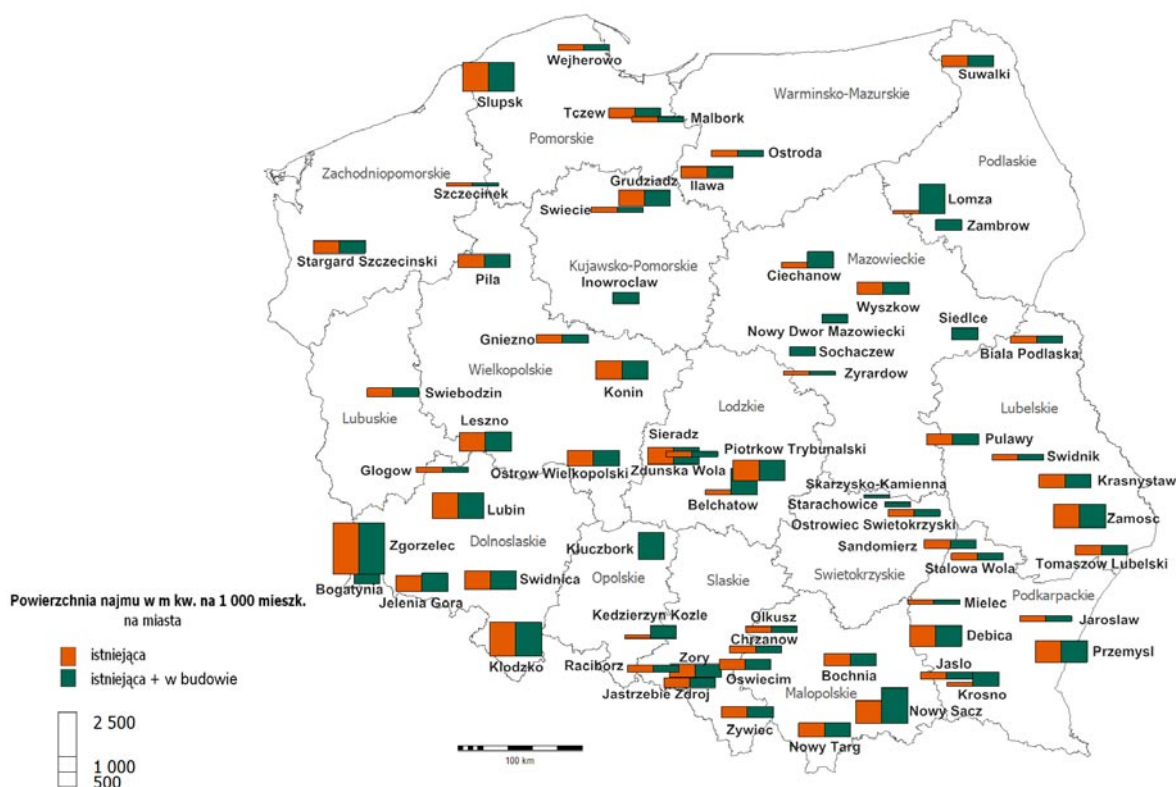
RAPORT 1 POŁ. 2012

cd. tabeli ze str. 8

Miasta	Obiekty istniejące	Obiekty istniejące i w budowie
Kluczbork	0	477
Siedlce	0	413
Inowrocław	0	396
Zambrów	0	359
Bogatynia	0	307
Nowy Dwór Mazowiecki	0	288
Sochaczew	0	287

Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

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



Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

RAPORT 1 POŁ. 2012

3. Nowoczesna powierzchnia handlowa w Polsce w podziale na formaty

Na koniec czerwca 2012 roku na polskim rynku nowoczesnych powierzchni handlowych działało 380 centrów handlowych. Znakomita większość działających centrów prezentuje tradycyjny format centrum handlowego - aż 92% całkowitej podaży centrów handlowych, co przekłada się na około 8,26 milionów m kw. Parki handlowe stanowią 6,6% całkowitej podaży, tj. około 596 tys. m kw. Udział parków handlowych wzrósł o 0,6 p. p. w porównaniu z grudniem 2011 za sprawą oddanych w pierwszym półroczu 2012 parków w Lublinie (Park Handlowy Tatary) i w Świeciu (Mulitbox).

Na rynku centrów wyprzedażowych nie zaszły żadne zmiany w pierwszym półroczu 2012 roku. Całkowita podaż centrów wyprzedażowych w Polsce wynosi ponad 121 300 m kw. Rok 2012 będzie rokiem, kiedy do grona deweloperów centrów wyprzedażowych dołączy Echo Investment (z projektem Outlet Park w Szczecinie)

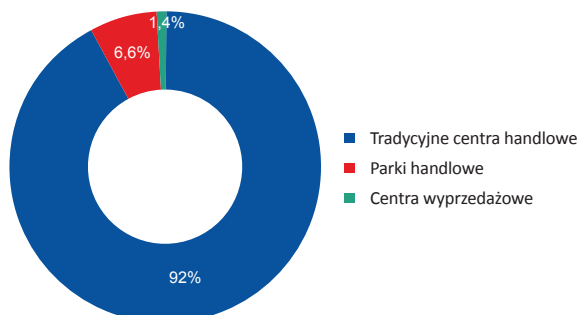
oraz Centrum Targowe Ptak (z projektem Ptak Outlet w Rzgowie pod Łodzią).

Rosnące znaczenie specjalistycznych formatów handlowych obrazuje ich udział w powierzchni projektów będących obecnie w budowie z planowanymi datami otwarcia 2012 - 2013. Nadal dominują tradycyjne centra handlowe, jednak aż prawie 16% z ponad 870 000 budowanych m kw. stanowią parki handlowe. Większość projektów w budowie znajduje się poza największymi aglomeracjami (Bogatynia, Kluczbork, Krosno, Lublin, Siedlce czy Sochaczew).

Tradycyjne centra handlowe w Polsce zlokalizowane są w przeważającej większości w ośmiu głównych aglomeracjach (55% powierzchni). Wynika to zarówno z faktu, że działa tam obecnie 150 z 352 tradycyjnych centrów handlowych, a także z wielkości tych obiektów, które oferują większą powierzchnię najmu w porównaniu z centrami zlokalizowanymi w mniejszych miastach.

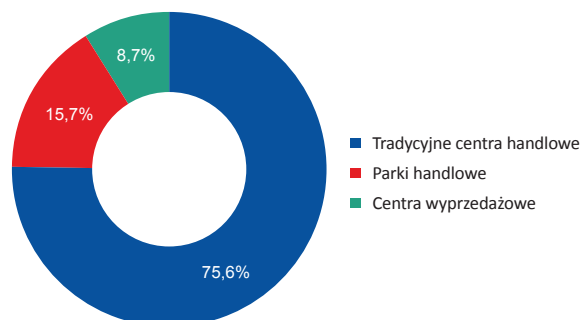
W miastach o populacji 200 000 – 400 000 skoncentrowane jest około 12% powierzchni nowoczesnych centrów handlowych, natomiast w miastach poniżej 100 000 mieszkańców około

Nowoczesna powierzchnia handlowa w podziale na formaty



Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

Nowoczesna powierzchnia handlowa będąca w budowie w podziale na formaty

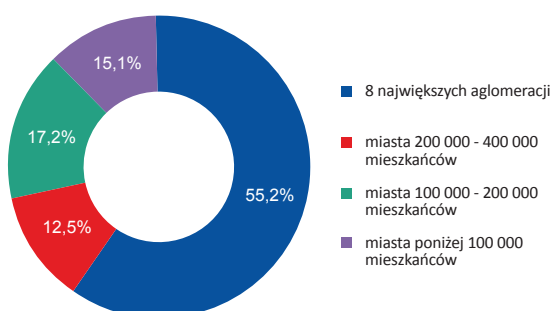


Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT 1 POŁ. 2012

Rozmieszczenie powierzchni tradycyjnych centrów handlowych według wielkości miast

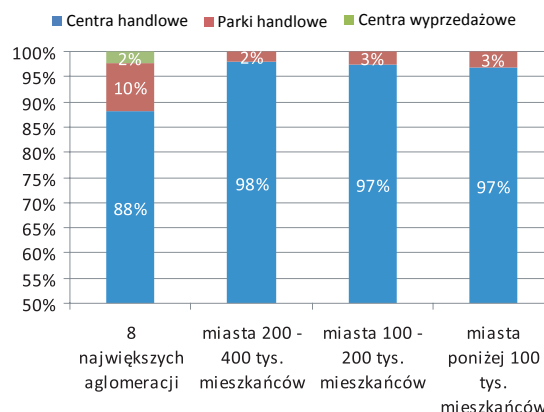


Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

15%. Wyższą podażą centrów handlowych wynoszącą ponad 1,4 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 17,2%.

Najbardziej dojrzałymi i zróżnicowanymi rynkami handlowymi są lokalne rynki w 8 największych aglomeracjach. Głównie tam powstały centra

Zróżnicowanie formatów centrów handlowych



Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

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, do tej pory zdominowane przez tradycyjne centra handlowe.

4. Projekty otwarte w I połowie 2012

W pierwszej połowie 2012 oddano do użytku blisko 253 920 m kw. nowoczesnej powierzchni centrów handlowych, przy czym wolumen powierzchni 101 520 m kw. został dostarczony w pierwszym kwartale 2012, a kolejne 152 400 m kw. oddano do użytku w drugim kwartale tego roku.

W nowej podaży dostarczonej na rynek w

pierwszej połowie roku dominowały nowe obiekty handlowe - otwarto 13 nowych centrów handlowych o łącznej powierzchni ponad 216 220 m kw. Natomiast 4 funkcjonujące już centra handlowe: Centrum Handlowe Raj w Dębicy, Galeria Venus w Świdniku, Centrum Handlowe Jantar w Słupsku oraz Magnolia Park we Wrocławiu zostały rozbudowane o nową powierzchnię handlową wynoszącą łącznie 37 700 m kw.

W nowej podaży dominowały projekty małej i średniej skali charakteryzujące się powierzchnią

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT 1 POŁ. 2012

najmu wynoszącą od 5 000 m kw. do 34 000 m kw. GLA, przy czym aż 7 projektów z 13 nowo otwartych w 2012 posiada powierzchnię najmu od 5 000 m kw. do 15 000 m kw.

66 700 m kw. nowoczesnej powierzchni centrów handlowych wybudowano w największych aglomeracjach w Polsce (Warszawa, Trójmiasto, Wrocław) – łącznie 26% nowej podaży. W miastach poniżej 100 000 mieszkańców dostarczono 106 900 m kw. powierzchni najmu – 42% nowej podaży. W miastach o liczbie mieszkańców 200 000 – 400 000 powstało w omawianym okresie 47 900 m kw. powierzchni handlowej

– 19% podaży. W miastach o populacji 100 000 – 200 000 mieszkańców dostarczono na rynek blisko 32 420 m kw. nowoczesnej powierzchni handlowej – 13% nowej podaży.

Do największych projektów wprowadzonych na rynek w tym okresie należą: Galeria Korona w Kielcach o powierzchni najmu 34 100 m kw., Nova Park w Gorzowie Wielkopolskim o powierzchni najmu 32 420 m kw., Sky Tower we Wrocławiu z powierzchnią najmu 25 000 m kw., Alfa Centrum w Grudziądzu o powierzchni najmu 22 000 m kw. oraz Galeria Szperk w Gdyni o powierzchni najmu 21 500 m kw.

Projekty otwarte w pierwszej połowie 2012r.

Nazwa projektu	Miasto	Powierzchnia najmu
Nowe projekty		
Galeria Korona	Kielce	34 100
Nova Park	Gorzów Wielkopolski	32 420
Sky Tower	Wrocław	25 000
Alfa Centrum	Grudziądz	22 000
Galeria Szperk	Gdynia	21 500
Galeria Świdnicka	Świdnica	15 500
Galeria Kociewska	Tczew	14 000
Park Handlowy Tatary	Lublin	13 800
Galeria Brwinów	Brwinów	10 000
Galeria Starówka	Stargard Szczeciński	8 000
Galeria Zduńska	Zduńska Wola	7 500
CH Pruchnicka	Jarosław	7 400
Multibox	Świecie	5 000
Suma		216 220
Rozbudowy		
Jantar Słupsk faza 3	Słupsk	15 500
Magnolia Park faza 2	Wrocław	10 200
Galeria Venus faza 2	Świdnik	4 500
CH Raj faza 2	Dębica	7 500
Suma		37 700

Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

5. Wskaźnik wykorzystania powierzchni i pustostanów w centrach handlowych

Na koniec pierwszej połowy 2012 zbadano wielkość pustostanów w 213 centrach handlowych łącznie oferujących 6,225 mln m kw., zlokalizowanych w piętnastu największych miastach i aglomeracjach Polski, które łącznie stanowią 70% nowoczesnej powierzchni handlowej w Polsce. Poza ośmioma największymi rynkami – Warszawą, Katowicami, Trójmiastem, Wrocławiem, Poznaniem, Krakowem, Łodzią i Szczecinem, badaniem zostały również objęte wiodące miasta średniej wielkości takie jak Bydgoszcz, Białystok, Kielce, Lublin, Częstochowa, Radom i Toruń.

Wskaźnik pustostanów w centrach handlowych jest jednym z najdokładniejszych wyznaczników opisujących obecną sytuację rynku nieruchomości handlowych, pokazuje bowiem relację pomiędzy podażą powierzchni handlowej i dynamiką popytu. Określenie poziomu pustostanów umożliwia również rozróżnienie pomiędzy rynkiem najemców, charakteryzującym się znaczną ilością wolnych powierzchni w poszczególnych projektach, a rynkiem wynajmującego, gdy na rynku występuje niedostatek odpowiednich powierzchni handlowych. Szczecin, Warszawa, Częstochowa i Lublin to obecnie rynki wynajmującego, zaś Toruń czy Kielce są obecnie rynkami najemców, odnotowując pustostany na poziomie 5%.

W pierwszej połowie 2012 roku rynek centrów handlowych w Szczecinie cechowała najniższa liczba pustostanów wśród wszystkich polskich

aglomeracji. Niski wskaźnik pustostanów, oceniony na 1,1%, sprzyja dynamicznym zmianom na rynku, przy czym czytelne jest zainteresowanie najemców najlepszymi centrami kosztem projektów słabszych. Kaskada i Galaxy, zlokalizowane w centrum miasta, cieszą się wysokim zainteresowaniem i popularnością wśród najemców, zaś projekty na obrzeżach miasta odnotowują wzrost pustych powierzchni.

Na szczycie listy najbardziej pożądanых przez najemców destynacji wciąż pozostaje Warszawa, gdzie wskaźnik pustostanów pod koniec pierwszej połowy 2012 roku wyniósł 1,6%. W 11 spośród 39 warszawskich centrów handlowych praktycznie nie ma dostępnych powierzchni najmu, kolejne 11 centrów oferuje tylko pojedyncze wolne powierzchnie ze wskaźnikiem pustostanów poniżej 1%. Z drugiej strony aż 39% dostępnej powierzchni handlowej w Warszawie zlokalizowane jest w trzech mniej udanych projektach, które wyraźnie nie potrafią sprostać potrzebom i wymaganiom rynku.

Innymi miastami, w których odnotowano niską ilość pustostanów są Częstochowa i Lublin, gdzie wakaty to tylko 1,6% całkowitej powierzchni najmu. Galeria Jurajska w Częstochowie, największe i wiodące centrum handlowe w regionie jest jedynym projektem w mieście, gdzie wciąż dostępne są puste powierzchnie handlowe, a proces doboru najemców trwa wciąż od otwarcia galerii w 2009 roku. Z kolei jedyne nieliczne dostępne powierzchnie handlowe w Lublinie znajdują się przede wszystkim w starszej części Galerii Olimp, największego i zarazem najchętniej odwiedzanego centrum handlowego w mieście, która po otwarciu w 2009 nowej i bardzo

RETAIL RESEARCH FORUM

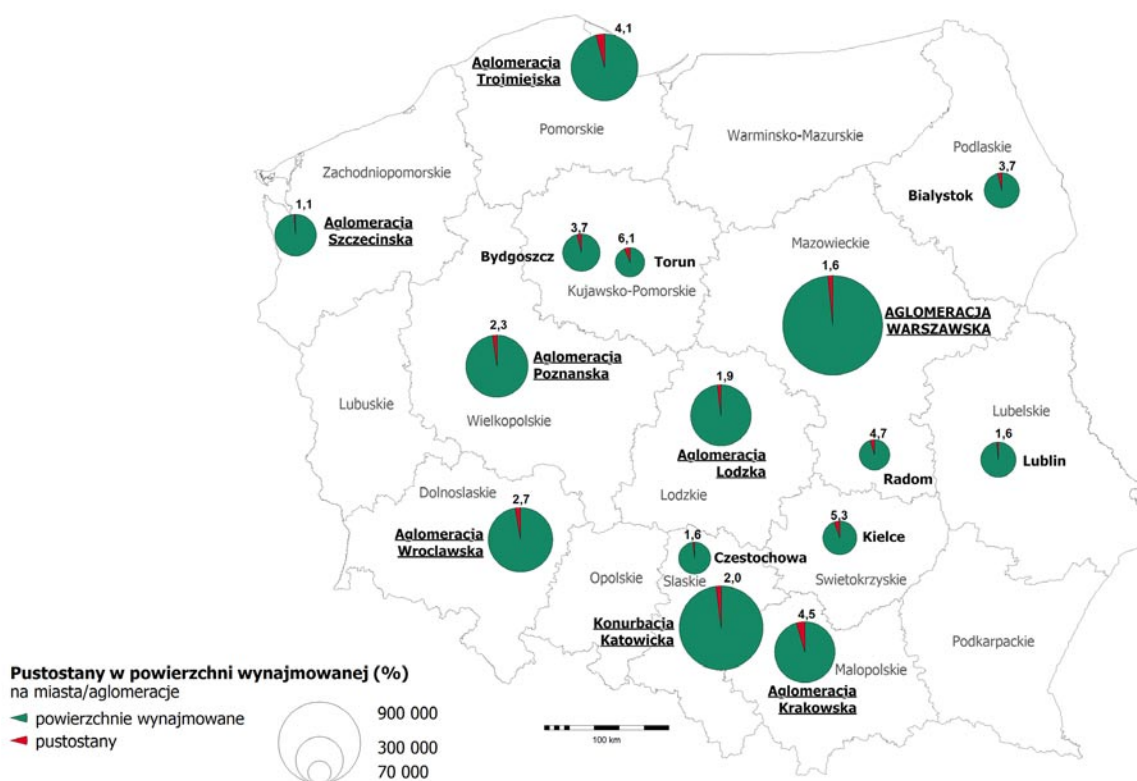
RAPORT 1 POŁ. 2012

udanej części projektu jest obecnie ponownie komercjalizowana.

Do rynków najemców, charakteryzujących się wysokimi wskaźnikami pustostanów, spośród

do obecnego 4,7% wraz ze stopniowym pozyskiwaniem nowych najemców przez Galerię Słoneczną, największe centrum handlowe w mieście otwarte w drugim kwartale 2011 roku.

Wskaźnik pustostanów w centrach handlowych w 15 największych miastach Polski



Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

średnich miast należą Toruń, Kielce i Radom, a pośród aglomeracji są to Kraków i Trójmiasto. Główną przyczyną wysokich wskaźników pustostanów w wymienionych średnich miastach są systematycznie lecz powoli wypełniające się najemcami nowo otwarte centra handlowe. Wskaźnik pustostanów w Radomiu spadł

Podobnie przedstawia się sytuacja w Toruniu, gdzie otwarta pod koniec 2011 roku Plaza, która na otwarciu miała ponad jedną czwartą pustostanów, wciąż znajduje się w procesie komercjalizacji, i podbija wskaźnik pustostanów w Toruniu do obecnego poziomu 6,1%. Z kolei rynek centrów handlowych w Kielcach powiększył

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT 1 POŁ. 2012

się o dwa projekty – Koronę i rozbudowę Echo, i w związku z trwającym procesem komercjalizacji tych centrów poziom wakatów w Kielcach wynosi obecnie 5,3%.

Nowe otwarcia są powodem wzrostu wskaźników pustostanów również w dużych aglomeracjach. Przykładem może być Kraków, gdzie projekt firmy Neinver – Futura – będąca hybrydą parku handlowego i centrum wyprzedażowego, oferuje około 50% całkowitej wolnej powierzchni handlowej a wskaźnik pustostanów w Krakowie wynosi 4,5%. W Trójmieście, gdzie pod koniec drugiego kwartału 2012 roku odnotowano wskaźnik pustostanów sięgający 4,1%, większość wakatów zlokalizowana jest w najnowszym centrum handlowym – Szperk.

Całkowity wskaźnik pustostanów dla piętnastu badanych największych miast w Polsce wzrósł z odnotowanego pod koniec 2011 roku 1,9% do obecnego 2,6%, co potwierdza spadającą dynamikę rynku. Poziom pustostanów wzrósł zarówno z powodu zwiększonej liczby nowych

projektów, jak i przez wzrastającą ostrożność i wymagania najemców. Przy czym wyraźnie pogłębia się rynkowe rozwarstwienie pomiędzy najlepszymi a średnimi i słabszymi projektami. Podobne jak w innych europejskich krajach, najemcy powierzchni handlowych w Polsce zdecydowanie opowiadają się za silnymi, dobrze ugruntowanymi i wiodącymi na swoich rynkach projektami, z kolei projekty słabe i przeciętne są coraz wyraźniej przez nich unikane.

W szczególnie trudnej sytuacji znajdują się centra nowe, które dopiero zaczynają rywalizację o pozycję rynkową na dojrzałych lub dojrzewających rynkach. Większość obecnych pustostanów znajduje się w centrach otwartych po 2009 roku. W związku z tym, że konkurencja na rynku się zaostrza, a nieruchomości handlowe stają przed coraz większymi wyzwaniami, zarówno nowo otwarte, jak i te o ugruntowanej pozycji centra będą w przyszłości zmuszone zwiększać starania, by pozyskać zarówno najemców, jak i klientów.

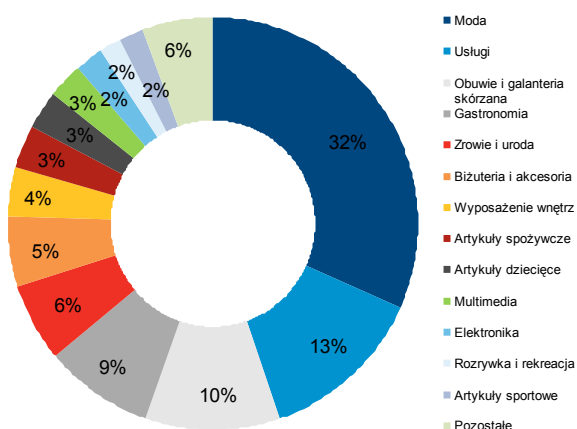
RAPORT 1 POŁ. 2012

6. Najemcy i struktura najmu w centrach handlowych w Polsce

Analizując najemców w centrach handlowych zlokalizowanych w ośmiu największych aglomeracjach i siedmiu miastach regionalnych najliczniejszą grupę stanowią przedstawiciele branży mody (od 29% do 36% wszystkich najemców), usług (od 9 do 16%), obuwia i galanterii skórzanej (9% - 13%) oraz najemcy gastronomiczni (7% - 11%). Przedstawiciele pozostałych kategorii branżowych stanowią mniej niż 10% wszystkich najemców. W typowym centrum handlowym znajduje się również duży super- lub hipermarket oraz kilku większych najemców, tzw. anchorów, przeważnie z artykułami RTV/AGD czy sprzętem sportowym. Warto zwrócić uwagę, że najlepsze i największe centra handlowe oferują ponadto

bogatą ofertę z zakresu rozrywki i rekreacji. Około 30% analizowanych centrów handlowych posiada również sklep typu dom i ogród (tzw. DIY), z reguły ulokowany w odrębnym budynku. Porównując strukturę najemców w centrach handlowych w ośmiu największych aglomeracjach miejskich z najemcami w miastach regionalnych można zauważyć pewne różnice. W miastach regionalnych większy udział w strukturze najemców (o ok. 3%) stanowi branża mody, natomiast w centrach handlowych w największych aglomeracjach bogatsza jest oferta gastronomiczna. Pozostałe główne kategorie

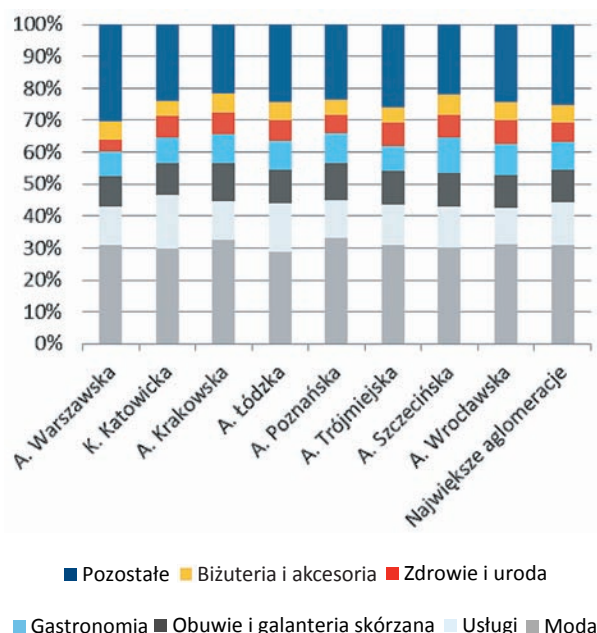
Struktura najemców w analizowanych centrach handlowych (wg liczby sklepów)



Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

Główne branże obecne w centrach handlowych w analizowanych aglomeracjach i miastach

Ośiem największych aglomeracji miejskich

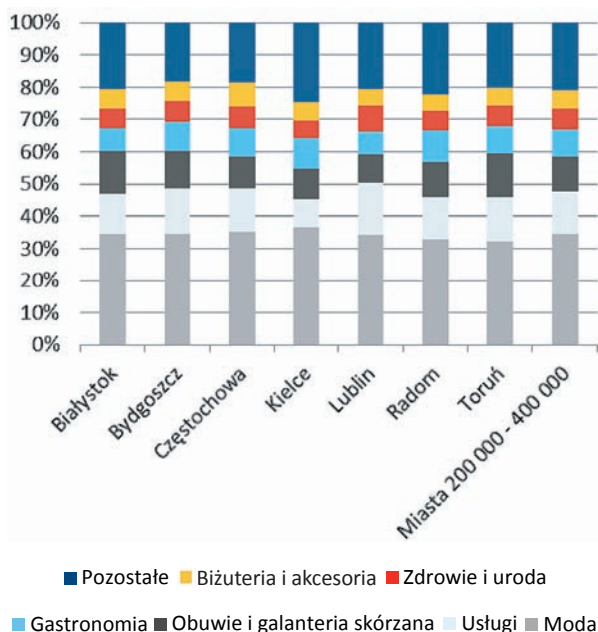


Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT 1 POŁ. 2012

Miasta 200 000 - 400 000 mieszkańców



Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

branżowe rozkładają się porównywalnie. Powyższe wykresy przedstawiają udział głównych kategorii branżowych występujących w centrach handlowych w największych aglomeracjach oraz w miastach regionalnych.

W Polsce najbogatszą ofertą pod względem liczby najemców cechuje się Aglomeracja Warszawska. W 39 centrach handlowych znajduje się ok. 2 900 działających sklepów, co nadal stanowi zdecydowaną przewagę w stosunku do pozostałych miast. Warto jednak zauważyć, że różnica między znajdującą się na drugim miejscu Konurbacją Katowicką zmalała w ciągu roku, głównie w efekcie rozbudowy centrum handlowego Silesia City Center. Obecnie w Konurbacji Katowickiej znajduje się ok. 2 000 najemców obecnych w

37 centrach handlowych. Na trzecim miejscu uplasowało się Trójmiasto z ok. 1 470 najemcami. Porównywalną liczbę najemców ma Wrocław (1 324), Poznań (1 280) i Kraków (1 250), w którym liczba najemców zwiększyła się o ok. 13% w porównaniu do roku poprzedniego, głównie na skutek otwarcia centrum Futura Park z Factory Outlet. Nieco mniej najemców znajduje się w Łodzi (1 030). Z ośmiu największych aglomeracji miejskich Szczecin jest rynkiem o najmniejszej liczbie operatorów handlowych, w tamtejszych centrach handlowych działa 620 sklepów, co stanowi zaledwie 22% zasobów Aglomeracji Warszawskiej.

Z badanych centrów handlowych najbogatszą ofertę, podobnie jak w zeszłym roku, ma łódzka Manufaktura (316 sklepów). Na drugim miejscu znajduje się katowickie centrum handlowe Silesia City Center, które po zakończonej jesienią 2011 roku rozbudowie oferuje ok. 280 sklepów. Na następnych miejscach uplasowały się Galeria Krakowska wraz z Galerią Echo w Kielcach (po ok. 265 sklepów) oraz dwa centra handlowe zlokalizowane w Warszawie: Galeria Mokotów (blisko 240 sklepów) i Arkadia (ok. 230 sklepów). Analizując badane centra handlowe pod względem obecnych marek, podobnie jak w roku poprzednim liderem okazał się sklep prasowy Inmedio, który występuje w ponad 80% analizowanych centrów handlowych. Poza tym liczną grupę stanowią przedstawiciele operatorów komórkowych (w zależności od operatora występują w ok. 65% - 80% analizowanych centrów), a na kolejnych miejscach uplasowały się marki takie jak CCC, Triumph oraz Apart. Do najpopularniejszych marek dostępnych w większości centrów handlowych w ujęciu branżowym należą:

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT 1 POŁ. 2012

Najpopularniejsze marki obecne w analizowanych centrach handlowych wg branż (z wyłączeniem operatorów komórkowych)

Branża	Nazwa najemcy	Obecność w analizowanych centrach handlowych w %
Moda	Triumph	61
	Orsay	49
	Reserved	48
	Camaieu	42
Obuwie	CCC	73
	Deichmann	52
	Wojas	34
	Ryłko	31
Biżuteria i akcesoria	Apart	59
	Yes	30
	Swiss	28
	W. Kruk	24
Artykuły dziecięce	5.10.15	44
	Smyk	28
	Bartek	25
	Coccodrillo	23
Zdrowie i uroda	Vision Express	52
	Rossmann	47
	Sephora	39
	Douglas	31
Multimedia	Inmedio	81
	Empik	42
	Księgarnia Matras	22
Elektronika	RTV Euro AGD	47
	Fotojoker	26
	Vobis	20
Wyposażenie wnętrz	Home&You	20
	JYSK	16
	AlmiDécor	14
	Duka	14
Gastronomia	Grycan	32
	KFC	30
	McDonald's	27
	Coffeeheaven	23
	Sphinx	23
Usługi	5aSec	50
	Poczta Polska	39
	Mister Minit	24

Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

RAPORT 1 POŁ. 2012

Najpopularniejsze marki obecne w analizowanych centrach handlowych (z wyłączeniem operatorów komórkowych)

Nazwa najemcy	Obecność w analizowanych centrach handlowych w %
Inmedio	81
CCC	73
Triumph	61
Apart	59
Deichmann	52
Vision Express	52
5aSec	50
Orsay	49
Reserved	48
RTV Euro AGD	47

Źródło: PRCH Retail Research Forum, sierpień 2012

7. Siła nabywcza Europejczyków

12 774 Euro to średnia wartość siły nabywczej, która przypada na jednego mieszkańca 42 krajów europejskich analizowanych przez GfK. Innymi słowy, przeciętny mieszkaniec Europy (a konkretnie jej 42 krajów) ma do wydania 12,8 tys. Euro w skali roku. Jest to kwota, która po opodatkowaniu jest przeznaczana w pierwszej kolejności na utrzymanie mieszkania i zakupy żywności, a następnie może być rozporządzona na wydatki w handlu oraz inne cele jak np. oszczędności.

Dysproporcje w zamożności Europejczyków są olbrzymie. Najlepszym przykładem jest fakt, że przeciętny mieszkaniec najzamożniejszego polskiego miasta - Warszawy - dysponuje w skali roku siłą nabywczą o wartości 10 266 Euro, a

więc o 20% niższą od przeciętnej europejskiej i to przeciętnej liczonej dla niemal wszystkich krajów kontynentu, a nie tylko dla krajów jego najzamożniejszej, zachodniej części. Warto więc przyrzeć się bliżej, w których krajach kumuluje się bogactwo, a które kraje wręcz zaniżają średnią wartość europejskiej zamożności.

W analizie najzamożniejszych społeczeństw zawsze wrażenie robi pozycja rankingowa Norwegii i Szwajcarii, które mogą pochwalić się zamożnością swoich obywateli ponad dwukrotnie wyższą od przeciętnej europejskiej. Z jedynie 2% populacji analizowanych 42 krajów, Szwajcaria, Norwegia i Luksemburg kumulują niemal 5% zamożności. Jednak absolutnym liderem rankingu jest Lichtenstein z zamożnością przeciętnego obywatela czterokrotnie wyższą od średniej.

Miejsca 12 krajów starej unii w rankingu

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT 1 POŁ. 2012

Siła nabywcza na mieszkańca w stosunku do średniej europejskiej	Liczba krajów	Liczba mieszkańców	Wartość siły nabywczej w % dla sumy 42 krajów	Przykładowe kraje
220%-260%	3	2,0%	4,8%	Szwajcaria, Luksemburg Norwegia
125%-175%	12	49,0%	70,8%	Austria Dania Włochy
100%-124%	3	8,8%	9,2%	Cypr Grecja Hiszpania
50%-99%	5	4,3%	3,0%	Czechy Portugalia Słowenia
25%-49%	9	23,2%	10,1%	Chorwacja Polska Turcja
<25%	9	12,6%	2,1%	Białoruś Bułgaria Ukraina

zamożności nie dziwią, choć na pewno na uwagę zwraca rozpiętość skali zamożności wynosząca 30% pomiędzy pierwszą w tej kategorii Danią i ostatnimi Włochami i Holandią. W sumie w rękach 50% mieszkańców analizowanej dwunastki, skupione jest 71% europejskiej siły nabywczej.

W rankingu specjalnie wyszczególniono trzy kraje europejskie (Hiszpania, Grecja i Cypr), do których Polska często jest porównywana i które osiągnęły już średni europejski poziom zamożności. Zwraca uwagę fakt, że nie ma wśród nich Portugalii często stawianej na równi z Hiszpanią. Została ona zakwalifikowana do nieco biedniejszych krajów z powodu zamożności przeciętnego obywatela o 17% niższej od średniej europejskiej. W „grupie portugalskiej” znaleźli się także Słowacy (84% średniej europejskiej), Czesi (58,8% średniej) i Słowacy (57,9%). Pozycje w rankingu naszych południowych sąsiadów są być może

zaskoczeniem gdyż ciągle nie widać w nim Polski. Wynika to z poziomu zamożności mieszkańców tych krajów, która przekroczyła 50% średniej europejskiej. Polacy z przeciętną zamożnością stanowiącą 47,4% średniej europejskiej zostali zakwalifikowani do grupy 9 krajów skupiających nieco ponad 23% europejskiej populacji, ale kumulującej jedynie 10% zamożności kontynentu. Nie jest to najbiedniejsza grupa, gdyż wyodrębniono także 9 krajów, w których przeciętna zamożność obywateli jest niższa niż 25% średniej europejskiej.

Konkluzja jest jednak taka, że warto pamiętać o zamożności portfeli Polaków i naszym miejscu w rankingu europejskiej siły nabywczej, gdy porównujemy zbliżające się do średniej europejskiej nasycenie powierzchnią centrów handlowych na 1000 mieszkańców.

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT 1 POŁ. 2012

8. 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, CBRE, Colliers International, GfK Polonia **we współpracy 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.

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.

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, Sulejówkę, 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,

RETAIL RESEARCH FORUM

RAPORT 1 POŁ. 2012

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 2 POŁ. 2011

9. Dane kontaktowe



Katarzyna Michnikowska

Senior Analyst
Valuation & Advisory Services
Cushman & Wakefield Polska
Tel: +48 22 820 20 20
katarzyna.michnikowska@eur.cushwake.com



Dominika Jędrak

Director
Research and Consultancy Services
Colliers International
Tel: +48 22 331 7800
dominika.jedrak@colliers.com



Karina Kreja

Associate Director
Research & Consultancy
CBRE
Tel: +48 22 544 8000
karina.kreja@cbre.com



Patrycja Dzikowska

Associate Director
Research & Consultancy
Jones Lang LaSalle
Tel: +48 22 318 00 00
patrycja.dzikowska@eu.jll.com



Przemysław Dwojak

Department Director
Customer Analytics & Sales Strategies
GfK Polonia
Tel: +48 22 43 41 611
przemyslaw.dwojak@gfk.com



Radosław Knap

Development & Market Research Manager
Polish Council of Shopping Centres
Tel: +48 512 402 291
rknap@prch.org.pl



Ewa Derlatka-Chilewicz

Associate Director
Consulting & Research
DTZ Polska
Tel: +48 22 222 31 34
ewa.derlatka-chilewicz@dtz.com



Małgorzata Gajuk

Senior Investment Consultant
DTZ Polska
ICSC European Research Group
Tel: +48 22 222 30 48
malgorzata.gajuk@dtz.com

RETAIL RESEARCH FORUM



Polska Rada Centrów Handlowych
Polish Council of Shopping Centres

RAPORT 1 POŁ. 2012



Sky Tower, Wrocław



Alfa, Grudziądz



Nova Park, Gorzów Wielkopolski



Szperk, Gdynia

