



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

inquiry

**MARKET
RESEARCH**

KLIENCI CENTRÓW HANDLOWYCH Z 6 NAJWIĘKSZYCH AGLOMERACJI W POLSCE WOBEK PANDEMII KORONAWIRUSA

2021

PAŹDZIERNIK



SŁOWO WSTĘPU

Po trzech falach pandemii Covid-19 Polacy zdążyli przyzwycząć się do szeregu obostrzeń i ograniczeń, które służą ograniczeniu rozprzestrzeniania się wirusa. Powrót do "normalnego" życia nie wiąże się jednak co do zasady z zarzuceniem przez konsumentów, troski o dobro wspólne i ignorowaniem zasad bezpieczeństwa epidemicznego.

Dzięki wdrożeniu przed zarządców centrów handlowych wielu działań mających na celu zapewnienie bezpieczeństwa klientom, Polacy czują się bezpiecznie robiąc zakupy.

BADANIE KONSUMENCKIE

Agencja badawcza Inquiry we współpracy z Polską Radą Centrów Handlowych, przygotowała badanie konsumenckie, które daje odpowiedź na pytanie o poczucie bezpieczeństwa klientów polskich centrów handlowych w największych aglomeracjach oraz o zachodzące zmiany przyzwyczajzeń i zachowań. Badanie przeprowadzono pośród respondentów z 6 największych polskich aglomeracji.

Zapraszamy do lektury.

CZY ODWIEDZAJĄC CENTRA HANDLOWE WIDZIAŁEŚ/AŚ INFORMACJE, JAK ZACHOWYWAĆ ZASADY BEZPIECZEŃSTWA SANITARNEGO W KONTEKŚCIE PANDEMII COVID-19?

81%

TAK

Znakomita większość badanych przyznaje, że podczas wizyty w centrum handlowym zetknęła się z komunikatami informującymi o zasadach bezpieczeństwa sanitarnego w kontekście pandemii COVID-19. Odsetek ten we wszystkich aglomeracjach waha się od 79% do 83%.

Zarządcy centrów handlowych spełniają nie tylko wszystkie wymagania stawiane przez rozporządzenia i przepisy, ale prowadzą dodatkowe działania na rzecz rzetelnego informowania klientów o obowiązku zachowania dystansu, noszenia maseczek czy dezynfekcji dłoni. Centra uczestniczą m.in. w akcji promującej zakrywanie ust i nosa zainicjowanej przez PRCH pod patronatem Ministra Zdrowia.



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

inquiry

**MARKET
RESEARCH**

**CZY ODWIEDZAJĄC CENTRA HANDLOWE STOSUJESZ SIĘ
DO WYMOGÓW SANITARNYCH (ZAKŁADANIE MASECZKI,
DEZYNFEKCJA RĄK ITD.)?**

81%

TAK

55%

ZDECYDOWANIE TAK

Ponad połowa respondentów twierdzi, że zdecydowanie stosuje się do wymogów sanitarnych w centrach handlowych. 26% deklaruje, że "raczej" się do nich stosuje, a jedynie 2% stanowczo zaprzecza.

Pracownicy centrów handlowych dokładają wielu starań, żeby zachęcić klientów do przestrzegania zasady DDM (Dezynfekcja - Dystans - Maseczki). W centrach można otrzymać lub kupić maseczki, rękawiczki jednorazowe, przy każdym wejściu znajdują się płyny do dezynfekcji dłoni. Zdecydowana większość klientów przyjmuje te działania z uznaniem i zadowoleniem.



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

inquiry

**MARKET
RESEARCH**

CZY W KONTEKŚCIE PANDEMII COVID-19 CZUJESZ SIĘ BEZPIECZNIE ODWIEDZAJĄC CENTRA HANDLOWE?

69%

TAK

Więcej niż 2 na 3 badanych czuje się bezpiecznie w centrach handlowych. Aż 17% badanych nie ma na ten temat zdania. O swoje bezpieczeństwo obawia się łącznie 8%, badanych, tylko 1/4 z nich (2% wszystkich odpowiadających) - "zdecydowanie".

**Polacy czują się w centrach handlowych
bezpiecznie.**

**Gwarancją bezpieczeństwa klientów są działania
zarządców, którzy systemowo i w sposób
zaplanowany dbają o przestrzeganie wytycznych
rządowych, przeznaczając na ten cel w skali kraju
miliony złotych rocznie.**

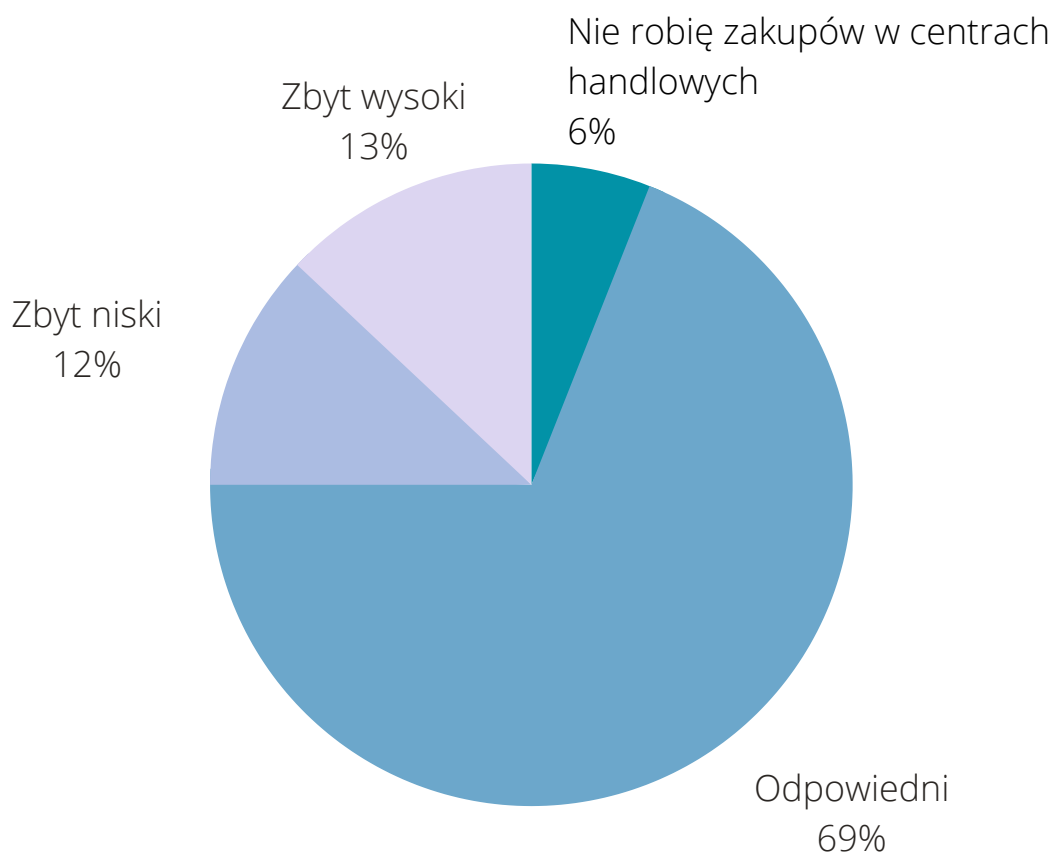


**POLSKA RADA
CENTRÓW HANDLOWYCH**
POLISH COUNCIL
OF SHOPPING CENTRES

inquiry

**MARKET
RESEARCH**

CZY UWAŻASZ POZIOM OBOWIĄZUJĄCYCH OBOSTRZEŃ SANITARNYCH W CENTRACH HANDLOWYCH ZA...?



Klienci są zadowoleni z poziomu obowiązujących obostrzeń w centrach handlowych. Jedynie 12-13% społeczeństwa uważa ich poziom za przesadzony lub za niski. Na tym tle nieznacznie wyróżniają się mieszkańcy aglomeracji warszawskiej, którzy częściej niż inni woleliby, aby poziom obostrzeń był wyższy niż obecnie (*zbyt wysokie: 11%, odpowiednie: 69%, zbyt niskie 15%*).

W pozostałych aglomeracjach proporcje są odwrotne - przewagę mają zwolennicy niższych obostrzeń. Należy jednak podkreślić, że różnice między liczbą respondentów uważających obecne restrykcje za zbyt małe i zbyt duże są stosunkowo niewielkie, sięgają maksymalnie 6 p.p. w aglomeracji krakowskiej.



KOMENTARZ

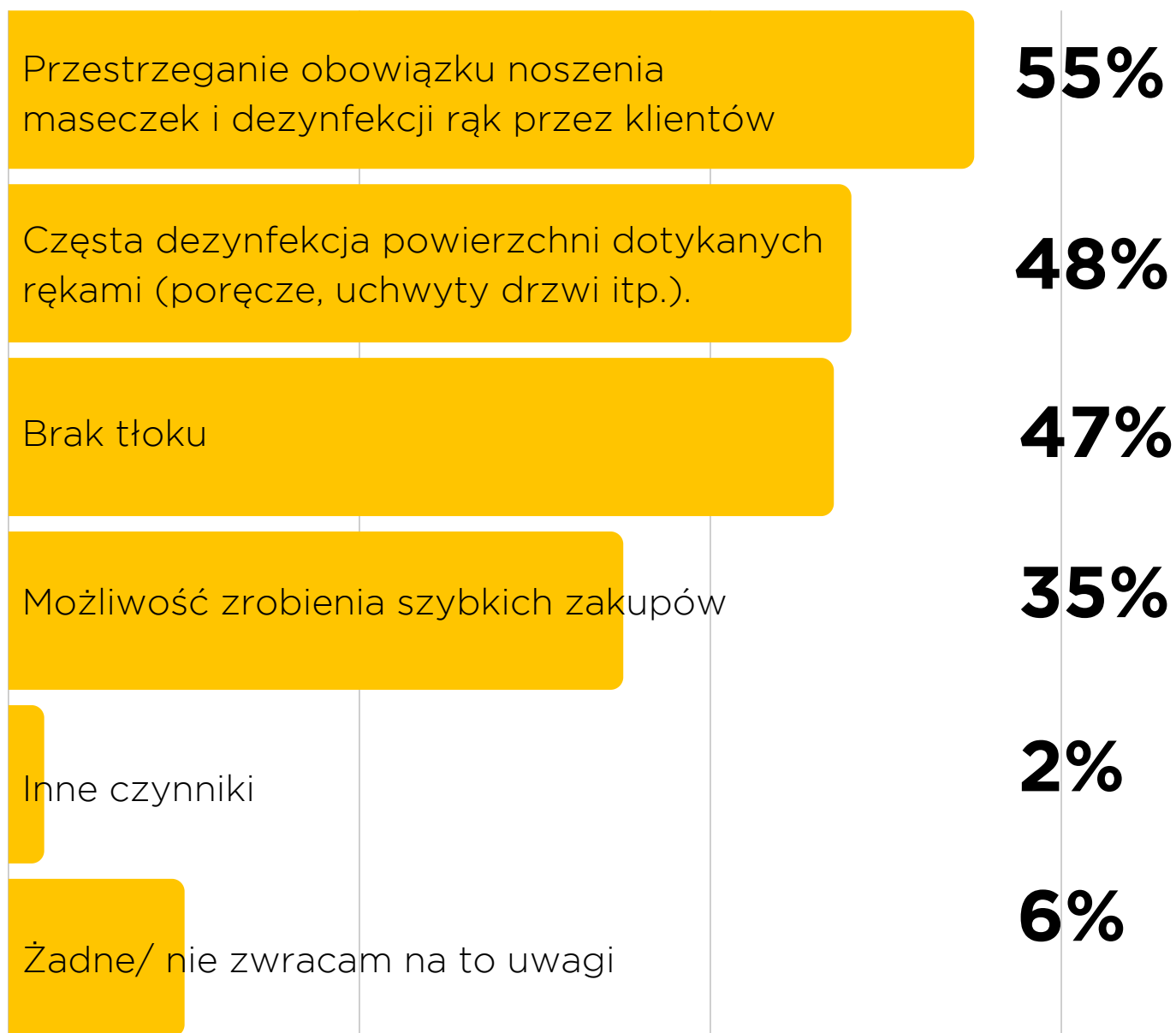
Poczucie bezpieczeństwa i komfortu podczas zaspokajania podstawowych potrzeb dnia codziennego mogą iść w parze.

Widać to zwłaszcza w centrach handlowych, w których skrupulatnie przestrzegane są wyśrubowane normy sanitarne, często na poziomie przekraczającym rządowe wytyczne. Robiący w nich zakupy klienci w większości akceptują ograniczenia i czują się bezpiecznie. W tych warunkach możliwe jest funkcjonowanie wszystkich sklepów, dzięki czemu Polacy mogą swobodnie robić codzienne zakupy. Bezpieczne zakupy to także droga do odbudowania strat finansowych, które poniosła cała branża w wyniku lockdownów.

ODWIEDZALNOŚĆ

Po drastycznym załamaniu odwiedzalności w centrach handlowych w wyniku zamknięcia większości sklepów, ruch klientów i obroty najemców powoli wracają do poziomów sprzed pandemii. Lipcowa odwiedzalność z 2021 roku stanowiła 91,3% tej z 2019, czyli sprzed pandemii, sierpniowa - 91,7%, podobnie jak wrześniowa - 91,7%. Wyniki dają zatem nadzieję na stabilne odrabianie strat.

CO TWOIM ZDANIEM WPŁYWA NA POCZUCIE BEZPIECZEŃSTWA, GDY ROBISZ ZAKUPY W CENTRUM HANDLOWYM?



Większość badanych deklaruje, że noszenie maseczek wpływa na ich poczucie bezpieczeństwa w centrum handlowym. Tylko 6% nie zwraca uwagi na kwestie bezpieczeństwa podczas zakupów.

CZY W KONTEKŚCIE PANDEMII COVID-19 ZMIENIŁEŚ/AŚ SPOSÓB KORZYSTANIA Z CENTRÓW HANDLOWYCH?

5 NAJCZĘŚCIEJ UDZIELANYCH ODPOWIEDZI



Ograniczam wizyty w centrach handlowych tylko do niezbędnych

33%



Skracam czas wizyty do minimum

31%



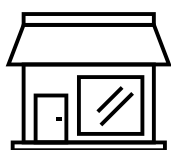
Staram się częściej robić zakupy przez Internet zamiast w centrach handlowych

28%



Kupuję więcej podczas jednej wizyty, aby zbyt często nie chodzić do centrum handlowego

21%



Kupuję w mniejszych sklepach blisko domu zamiast jeździć do centrum handlowego

16%

Zwyczaje związane z charakterem wizyty w centrum handlowym uległy zmianie, jednak sama konieczność robienia zakupów i zaspokajania potrzeba pozostała niezmienna.

1/3 respondentów deklaruje, że ograniczyła wizyty w centrach handlowych tylko do niezbędnych, a ponad 30%, że skróciło czas przebywania w obiekcie.

CZY W KONTEKŚCIE PANDEMII COVID-19 ZMIENIŁEŚ/AŚ SPOSÓB KORZYSTANIA Z CENTRÓW HANDLOWYCH?

POZOSTAŁE ODPOWIEDZI



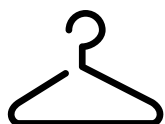
Nie korzystam z oferty gastronomicznej w centrum handlowym

15%



Wróciłem/wróciłam do swoich przyzwyczajeń sprzed pandemii

14%



Nie korzystam z przymierzalni podczas zakupu odzieży w centrum handlowym

9%



Żadne z powyższych

13%

Nie dotyczy – nie robię zakupów w centrach handlowych

6%

Pandemia wpłynęła na sposób robienia zakupów większości respondentów, tylko 14% deklaruje, że nie zmieniła ich zwyczajów.



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

inquiry

**MARKET
RESEARCH**

KOMENTARZ INQUIRY

Z badań przeprowadzonych przez agencję Inquiry wynika, że znaczna część Polaków docenia wysiłek włożony przez firmy zarządzające centrami handlowymi w to, by można było zrobić potrzebne zakupy wygodnie i bezpiecznie. Większość z nas także akceptuje poziom obecnie obowiązujących obostrzeń sanitarnych.

Pandemia zmieniła jednak zwyczaje zdecydowanej większości klientów - aż 86% z nich deklaruje, że wpłynęła na jakiś aspekt związany z ich zakupami.

Mimo ograniczenia, tak ważnych dla działania centrów handlowych, funkcji społecznych czy rozrywkowych, w pandemii pozostają one ważnym miejscem zaspokajania codziennych potrzeb. Dziś nie jest w stanie zastąpić ich ani e-commerce ani inne kanały zakupowe.



Agnieszka Górnicka,
Prezes
agencja badawcza Inquiry



WNIOSKI

Zmiany, które zaszły w zwyczajach zakupowych Polaków z największych metropolii w kraju, świadczą o ich odpowiedzialnym i pełnym zrozumienia podejściu do kwestii bezpieczeństwa. Pokazują także, że obecnie obowiązujące obostrzenia wydają się adekwatne i akceptowalne przez większość społeczeństwa. Także działania zarządców centrów handlowych są powszechnie zauważane i spotykają się co do zasady ze zrozumieniem klientów.

Polska Rada Centrów Handlowych rekomenduje w najbliższych miesiącach podtrzymanie obecnie obowiązujących obostrzeń jako wyrazu odpowiedzialnej troski o zdrowie Polaków. Taka decyzja uwzględnia możliwość realizacji przez klientów codziennych zakupów pierwszej potrzeby oraz interesu ekonomicznego najemców, usługodawców, a także właścicieli i zarządców centrów handlowych.

METODOLOGIA

Badanie przeprowadzone w dniach 13-28 września 2021 przez agencję badawczą Inquiry metodą CAWI na grupie 3020 respondentów z 6 największych aglomeracji w Polsce. Wyniki prezentowane w raporcie dotyczą danych dla całej badanej grupy, bez rozróżnienia na poszczególne aglomeracje. Ewentualne różnice w wynikach dla aglomeracji opisano w komentarzach.



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

inquiry

**MARKET
RESEARCH**

KONTAKT

Polska Rada Centrów Handlowych
ul. Nowogrodzka 50/54
00-695 Warszawa

media@prch.org.pl

Opracowanie:
Anna Niemira-Jurek
ajurek@prch.org.pl

Inquiry:
Agnieszka Górnicka
agnieszka.gornicka@inquiry.com.pl