



PRCH RETAIL
**RESEARCH
FORUM**

PRCH Retail Research Forum

Raport I poł. 2020
H1 2020 Report



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



Nowa rzeczywistość, nowe wyzwania / New reality, new challenges

Pod koniec roku 2019 najczęściej zadawaliśmy sobie pytania o to, co dalej z handlem w niedziele, jak znaleźć złoty środek na połączenie handlu online i offline, wreszcie, co czeka nas w 2020 roku: nowe koncepty mixed-use, tryumf eco-retailu, generacyjne Silver Tsunami czy nowe zastosowania Shopping AI?

Tego jednak, co przyniósł rok 2020 nikt nie mógł przewidzieć...

Pierwszą połowę roku 2020 możemy niewątpliwie nazwać trudnym okresem dla branży retail. W związku z rozprzestrzeniającą się pandemią COVID-19 od 13 marca na niemal dwa miesiące wprowadzone zostały znaczące ograniczenia w funkcjonowaniu obiektów handlowych. Zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów od 4 maja 2020 obiekty handlowe zostały ponownie otwarte, lecz jedynie 60-70% najemców wznowiło swoją działalność. Dopiero 18 maja funkcjonowanie wznowiły strefy gastronomiczne oraz usługi kosmetyczno-fryzjerskie. Od 6 czerwca wznowiono działalność kin, siłowni i klubów fitness. Ponowne otwarcie nie wiązało się jednak z prostym powrotem do stanu sprzed pandemii. Zarówno najemcy jak i zarządcy próbowali i nadal próbują wrócić do obrotów z początku roku, jednak kryzys obejmuje całą gospodarkę, a sytuacja epidemiczna nie napawa optymizmem.

Jeszcze nigdy branża nieruchomości handlowych nie stanęła przed takim wyzwaniem jak w tym roku. Widać to także na podstawie prezentowanych przez nas danych. Wiele zaplanowanych inwestycji zostało wstrzymanych, renegotjowano umowy, zmieniano krótko i długookresowe strategie. Z niecierpliwością czekaliśmy również na wyniki poziomu odwiedzalności w pierwszych dniach i tygodniach ponownego otwarcia centrów handlowych.

W niepewnych czasach, w których przyszło nam funkcjonować, oddajemy w Państwa ręce to, na czym możemy się oprzeć – pewne, rzetelne dane i analizy.

Zapraszam serdecznie do lektury raportu PRCH Retail Research Forum H1 2020.

Justyna Ostrowska
Redaktor raportu

By the end of 2019, the most asked questions were what about the future of shopping on Sundays, how to find a golden mean to combine online and offline channels, and finally, what awaits us in 2020: new mixed-use concepts, the triumph of eco-retail, the generational Silver Tsunami, or the new applications of Shopping AI?

However, no one could have anticipated what 2020 would bring...

The first half of 2020 can undoubtedly be called a difficult time for the retail industry. Due to the spreading of COVID-19 pandemic, considerable restrictions were imposed on the operation of retail schemes for almost two months since 13 March. According to the Ordinance of the Council of Ministers, as of 4 May 2020, retail facilities have been reopened, but only 60-70% of tenants have resumed operations. Foodservice and beauty and hairdressing services were not resumed until 18 May. Since June 6, cinemas, gyms and fitness clubs resumed their activities. However, the reopening did not mean a simple return to the pre-pandemic situation. Both tenants and managers have tried and are still trying to get back to the turnover levels from the beginning of the year, but the crisis is affecting the whole economy, and the epidemic situation is not encouraging.

Never before has the retail property industry faced such a challenge as this year. This can be seen based on the data we are presenting. Many planned investments have been put on hold, agreements were renegotiated, short and long-term strategies were changed. We were also looking forward to the results of the footfall levels in the first days and weeks after the reopening of shopping centres.

In the uncertain times, in which we have come to operate, we would like to provide you something that we can rely on – robust, accurate data and analyses.

Please enjoy the reading of the PRCH Retail Research Forum H1 2020 report.

Justyna Ostrowska
Editor-in-chief of the report

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

Spis treści / Table of Contents

WSTĘP	2	INTRODUCTION	2
1 AKTUALNY STAN RYNKU CENTRÓW HANDLOWYCH W POLSCE	4	1 CURRENT CONDITION OF THE RETAIL MARKET IN POLAND	4
<i>K. Okoń, P. Dzikowska, M. Dziubińska, P. Pieńkos, M. Czempińska, D. Kowalska, W. Wojtczak, J. Ostrowska</i>		<i>K. Okoń, P. Dzikowska, M. Dziubińska, P. Pieńkos, M. Czempińska, D. Kowalska, W. Wojtczak, J. Ostrowska</i>	
1.1 Wskaźniki makroekonomiczne	4	1.1 Macroeconomic indicators	4
1.2 Nowoczesne zasoby handlowe w Polsce	5	1.2 Stock of modern retail space in Poland	5
1.3 Wskaźnik pustostanów	6	1.3 Vacancy rate	6
1.4 Nowa podaż i powierzchnie handlowe w budowie	8	1.4 New supply and retail space under construction	8
1.5 Nasycenie powierzchnią centrów handlowych oraz siła nabywcza	11	1.5 Retail space density and purchasing power	11
1.6 Transakcje inwestycyjne na rynku centrów handlowych w Polsce w I poł. 2020 r.	14	1.6 Investment transactions in the retail market in Poland in H1 2020	14
1.7 Indeks obrotów oraz odwiedzalności w centrach handlowych w I poł. 2020 r.	18	1.7 Turnover index and footfall trends in shopping centres in H1 2020	18
AUTORZY	21	AUTHORS	21
UWAGI METODOLOGICZNE	24	METHODOLOGICAL REMARKS	24
O PRCH RETAIL RESEARCH FORUM	26	ABOUT PRCH RETAIL RESEARCH FORUM	26

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

1 AKTUALNY STAN RYNKU CENTRÓW HANDLOWYCH W POLSCE CURRENT CONDITION OF THE RETAIL MARKET IN POLAND

*K. Okoń, P. Dzikowska, M. Dziubińska, P. Pieńkos, M. Czempińska, D. Kowalska,
W. Wojtczak, J. Ostrowska*

1.1. WSKAŹNIKI MAKROEKONOMICZNE / MACROECONOMIC INDICATORS



PKB 2019 NA 1 MIESZKAŃCA

GDP 2019 PER CAPITA

59 229 PLN



PKB Q2 2020

GDP Q2 2020

niewyrównany sezonowo w II kwartale 2020 r. zmniejszył się o **8,2%**
w porównaniu do roku 2019 /seasonally unadjusted decrease by **8,2%** in
Q2 2020 compared to 2019



STOPA BEZROBOCIA REJESTROWANEGO

REGISTERED UNEMPLOYMENT RATE

6,1 % czerwiec 2020 / June 2020

(jeszcze w czerwcu 2019 było to **5,3%** / in June 2019 it was **5.3%**)



PRZECIĘTNE WYNAGRODZENIE BRUTTO W SEKTORZE PRZEDSIĘBIORSTW AVERAGE GROSS SALARY IN THE PRIVATE SECTOR

5286 zł. Wzrost o **3,4%** wobec czerwca 2019/ increase by **3,4%**
compared to June 2019



SPRZEDAŻ DETALICZNA

RETAIL SALES

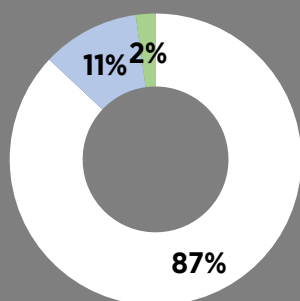
spadek o **1,3%** rok do roku (w cenach stałych) czerwiec 2020. W okresie
styczeń-czerwiec 2020 r. sprzedaż zmalała r/r o **5,2%** (wobec wzrostu
o 6,2% w 2019 r.) / decrease by **1,3%** YoY (constant prices) June 2020. In
January-June 2020 sales decreased by 5.2% YoY (vs. increase by 6.2% in
2019)

Źródło: GUS / Source: Statistics Poland

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

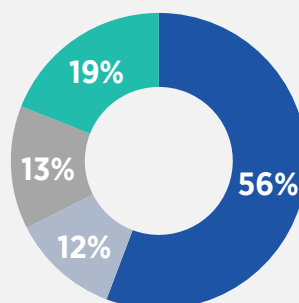
1.2. NOWOCZESNE ZASOBY HANDLOWE W POLSCE / STOCK OF MODERN RETAIL SPACE IN POLAND

Ryc. 1. STRUKTURA RYNKU W PODZIALE NA FORMATY W I POŁ. 2020
Graph 1. RETAIL MARKET BY FORMATS H1 2020

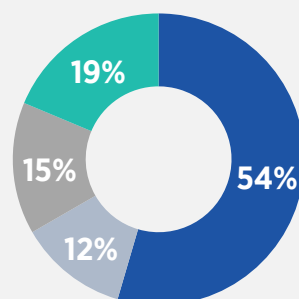


- Centra handlowe / Shopping centres
- Parki handlowe / Retail parks
- Centra wyprzedażowe / Outlet centres

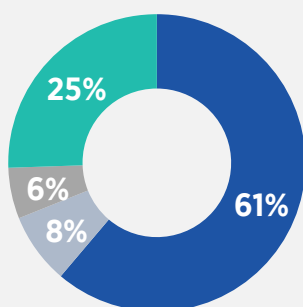
Ryc. 2. STRUKTURA RYNKU W PODZIALE NA LOKALIZACJE W I POŁ. 2020
Graph 2. RETAIL MARKET BY LOCATION H1 2020



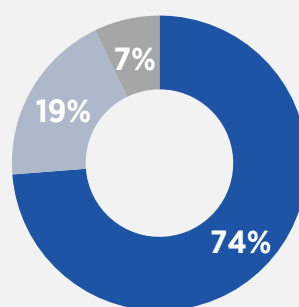
Ryc. 3. CENTRA HANDLOWE WG LOKALIZACJI W I POŁ. 2020
Graph 3. SHOPPING CENTRES BY LOCATION H1 2020



Ryc. 4. PARKI HANDLOWE WG LOKALIZACJI W I POŁ. 2020
Graph 4. RETAIL PARKS BY LOCATION H1 2020



Ryc. 5. CENTRA WYPRZEDAŻOWE WG LOKALIZACJI W I POŁ. 2020
Graph 5. OUTLET CENTRES BY LOCATION H1 2020



Źródło: PRCH Retail Research Forum, I poł. 2020 r. / Source: PRCH Retail Research Forum H1 2020

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report



ZASOBY GLA/ GLA IN STOCK

12,45 mln m kw. GLA / mln sqm GLA



WSKAŹNIK PUSTOSTANÓW / VACANCY RATE

4,8%* Dane dla 8 największych aglomeracji w Polsce / Data for the 8 major agglomerations in Poland



POWIERZCHNIA ODDANA DO UŻYTKU W I POŁ. 2020 / AREA OPENED IN H1 2020

144 000 m kw. GLA / sqm GLA



POWIERZCHNIA W BUDOWIE / SUPPLY UNDER CONSTRUCTION

236 000 m kw. GLA / sqm GLA



WSKAŹNIK NASYCENIA POWIERZCHNIĄ HANDLOWĄ / RETAIL SPACE DENSITY

327 m kw. na 1 000 mieszkańców / sqm GLA per 1 000 inhabitants

Źródło: PRCH Retail Research Forum, I poł. 2020 r. / Source: PRCH Retail Research Forum H1 2020

* Źródło: CBRE, Colliers, Cushman & Wakefield, JLL, Knight Frank, Savills / Source: CBRE, Colliers, Cushman & Wakefield, JLL, Knight Frank, Savills

1.3. WSKAŹNIK PUSTOSTANÓW / VACANCY RATE

W związku z sytuacją pandemiczną w kraju i wszelkimi konsekwencjami lockdownu dla rynku nieruchomości, badanie pustostanów w tym roku było opóźnione. Odbyło się w sierpniu, zamiast, jak zazwyczaj, pod koniec pierwszej połowy roku. Badanie zostało przeprowadzone w ośmiu największych aglomeracjach (warszawskiej, krakowskiej, łódzkiej, poznańskiej, szczecińskiej, trójmiejskiej, wrocławskiej i konurbacji katowickiej) i dotyczyło nowoczesnych obiektów handlowych o łącznej powierzchni blisko 6,6 mln m kw.

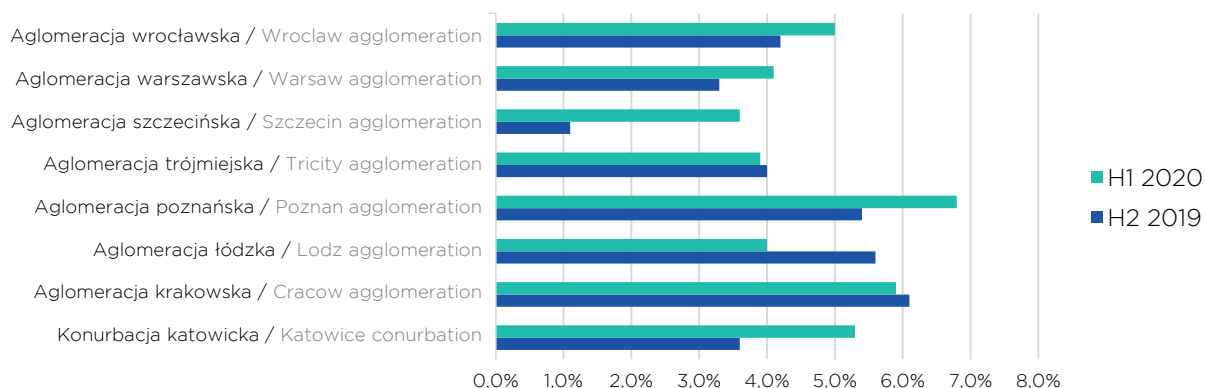
Due to the pandemic situation in the country, all the consequences of the lockdown, and regulations introduced on the commercial real estate market in Poland, the analysis of vacancies this year was slightly delayed and took place in August and not, as usual, at the end of the first half of the year. The study was carried out in the eight largest agglomerations (Warsaw, Kraków, Łódź, Poznań, Szczecin, Tri-City, Wrocław and the Katowice conurbation) and covered modern retail schemes with a total area of nearly 6.6 million sqm.

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

Współczynnik pustostanów w ośmiu aglomeracjach wyniósł około 4,8%, z najniższym wskaźnikiem odnotowanym w aglomeracji szczecińskiej (3,6%), a najwyższym w aglomeracji poznańskiej (6,8%). Zgodnie z oczekiwaniami odnotowano wzrost pustostanów, ale był on stosunkowo niewielki - na koniec 2019 wskaźnik pustostanów wynosił 4,1%, (wzrost o 70 punktów bazowych). Nie należy go wiązać jedynie z pandemią. Rynek handlowy już od kilku lat przeżywa głębokie zmiany, które pandemia tylko przyspieszyła. Obserwowaliśmy np. gwałtowny wzrost sprzedaży online, w kwietniu jej udział w całej sprzedaży wyniósł blisko 12% (w porównaniu z 5,6%, które notowane były w jeszcze w styczniu i lutym). Na wzrost wskaźnika poziomu pustostanów w badanych ośrodkach nałożyło się również zamykanie sklepów Tesco (decyzja o wycofaniu się tej sieci z polskiego rynku zapadła długo przed pierwszymi zachorowaniami na COVID-19), jak również wycofanie się z Polski marki modowej Camaieu (ogłoszone w maju, ale zapewne decyzja również została podjęta już wcześniej). Warto też zauważyć, że część najemców centrów handlowych postanowiła zoptymalizować siatkę sklepów likwidując sklepy w niektórych obiektach.

The vacancy rate in these eight agglomerations was about 4.8%, with the lowest rate recorded in the Szczecin agglomeration (3.6%) and the highest in the Poznań agglomeration (6.8%). As expected, we saw an increase in vacancy rates, but it was relatively small - at the end of 2019, the vacancy rate was 4.1%, (increase by 70 basis points). It should not be attributed just to the pandemic. The trade market has been undergoing major changes for several years now, and the pandemic has only accelerated these processes, including a strong increase in online sales, which in April 2020 amounted to nearly 12%, compared to 5.6% in January and February 2020. The increase in vacancy rates in the analysed centres was also influenced by the closure of Tesco shops (the decision of the chain to exit the Polish market was made long before the first COVID-19 cases), as well as the withdrawal of the Camaieu fashion brand from Poland - announced in May, but the decision was probably also made earlier. It is also worth noting that some retailers have decided to optimise their chains by closing down shops in some schemes.

Ryc. 6. WSKAŹNIK PUSTOSTANÓW W 8 NAJWIĘKSZYCH AGLOMERACJACH POLSKI
Graph 6. VACANCY RATE IN 8 MAJOR AGGLOMERATIONS IN POLAND



Źródło / Source: CBRE, Colliers, Cushman & Wakefield, JLL, Knight Frank, Savills

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

1.4. NOWA PODAŻ I POWIERZCHNIA HANDLOWA W BUDOWIE / NEW SUPPLY AND RETAIL SPACE UNDER CONSTRUCTION



144 000 m kw. GLA powierzchnia oddana do użytku
w I poł. 2020 / sqm GLA area opened in H1 2020

236 000 m kw. GLA powierzchnia w budowie w I poł. 2020 / sqm
GLA retail space under construction H1 2020

Źródło: PRCH Retail Research Forum, I poł. 2020 r. / Source: PRCH Retail Research Forum H1 2020

W pierwszej połowie 2020 roku oddano do użytku ponad 144 000 m kw. GLA, czyli o 14% mniej niż w analogicznym okresie 2019 roku. Największe otwarte obiekty to: Park Kujawia we Włocławku (25 500 m kw. GLA), Galeria Chełm (18 000 m kw. GLA) oraz wielofunkcyjny obiekt Elektrownia Powiśle w Warszawie (15 500 m kw. pow. handlowej). Powierzchnie pozostałych nowych obiektów mieszczą się w przedziale 5 500-14 000 m kw. GLA.

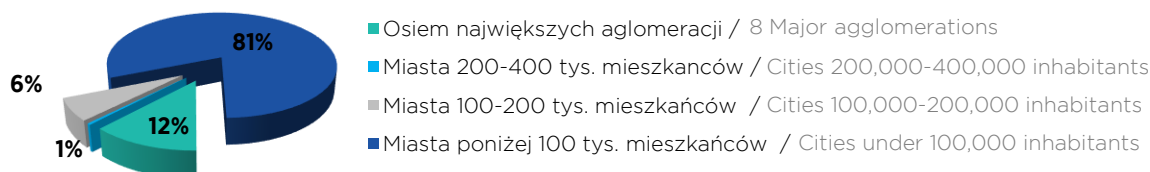
Ogromną większość nowej podaży stanowiły otwarcia nowych projektów (98%), a tylko jeden obiekt uległ rozbudowie. Ponad 64% nowej podaży stanowiły parki handlowe. Format ten już od kilku lat dynamicznie się w Polsce rozwija, a obecnie, w okresie pandemii, dodatkowo zyskał na atrakcyjności. Ograniczona do minimum powierzchnia wspólna, wygodny parking i oddzielne wejścia do każdego lokalu to tylko niektóre zalety parków handlowych.

In H1 2020, more than 144,000 sqm GLA were commissioned. This is 14% less than in the corresponding period of 2019. The largest openings were: Park Kujawia in Włocławek (25,500 sqm GLA), Galeria Chełm (18,000 sqm GLA) and the mixed-use Elektrownia Powiśle in Warsaw (15,500 sqm of retail space). The areas of the other new projects range between 5,500-14,000 sqm GLA.

The vast majority of new supply was represented by the opening of new projects (98%), and only one building was extended. More than 64% of the new supply comprised of retail parks. This format has been developing dynamically in Poland for several years, and now, during the pandemic period, it has become particularly attractive. Common areas limited to a minimum, convenient parking and separate entrances to each unit are just some of the advantages of retail parks.

Ryc. 7. POWIERZCHNIA W BUDOWIE WEDŁUG LOKALIZACJI

Graph 7. VACANCY RATE IN 8 MAJOR AGGLOMERATIONS IN POLAND



Źródło: PRCH Retail Research Forum, I poł. 2020 r. / Source: PRCH Retail Research Forum H1 2020

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

Do końca czerwca 2020 roku aż 41% nowej podaży zostało zrealizowane w małych miastach do 100 tys. mieszkańców. Tyle samo (kolejne 41%) oddano do użytku w największych aglomeracjach, natomiast pozostałe 18% zasiliło średniej wielkości miasta (100-200 tys. mieszkańców).

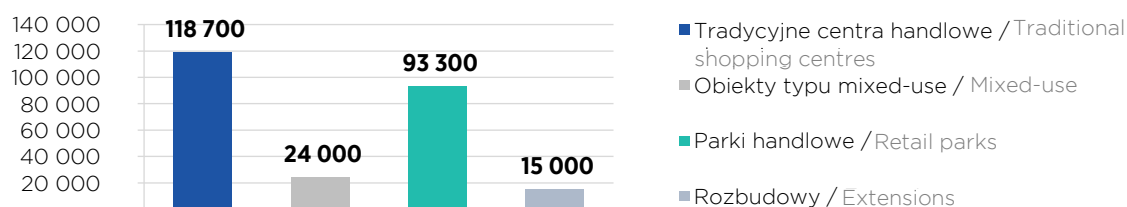
Nasycenie powierzchnią handlową głównych rynków wpływa na zwiększone zainteresowanie deweloperów i inwestorów mniejszymi miastami.

By the end of June 2020, as much as 41% of the new supply was developed in small towns of up to 100,000 inhabitants. Just as much (another 41%) was delivered in the largest agglomerations, while the remaining 18% was delivered in medium-sized towns (100,000 - 200,000 inhabitants).

Retail space density in the main markets is increasing the interest of developers and investors in smaller cities.

Ryc. 8. POWIERZCHNIA W BUDOWIE WEDŁUG FORMATÓW W I POŁ. 2020 (M KW. GLA)

Graph 8. SPACE UNDER CONSTRUCTION BY FORMATS H1 2020 (SQM GLA)



Źródło: PRCH Retail Research Forum, I poł. 2020 r. / Source: PRCH Retail Research Forum H1 2020

Aktualnie w budowie z terminem otwarcia na drugą połowę 2020 i na rok 2021 pozostaje 236 000 m kw. GLA nowo-czesnej powierzchni handlowej. Ponad 80% nowej podaży jest realizowane w miastach poniżej 100 tys. mieszkańców. Nowe obiekty stanowią również aż 93% podaży w budowie, natomiast w dalszym ciągu maleje liczba rozbudów.

Półowa realizowanej obecnie powierzchni handlowej zostanie otwarta w ramach formatu tradycyjnych centrów handlowych. Kolejne 40% będą stanowiły parki handlowe, a pozostałe 10% to powierzchnia budowana w ramach formatu mixed-use. Największe realizowane obecnie projekty to: Karuzela Kołobrzeg (30 000 m kw. GLA), Fabryka Norblina w Warszawie (pow. handlowa 24 000 m kw.) oraz centrum handlowe Bawełnianka w Bełchatowie (23 000 m kw. GLA).

Currently, 236,000 sqm GLA of modern retail space remains under construction with opening dates in H2 2020 and 2021. Over 80% of the new supply is developed in cities with less than 100,000 inhabitants. New assets account for as much as 93% of the supply under construction, while the number of extensions continues to decline.

Half of the retail space currently under construction will be opened in the traditional shopping centre format. The next 40% will be retail parks and the remaining 10% will be mixed-use space. The largest projects currently under development include the following: Karuzela Kołobrzeg (30,000 sqm GLA), Norblin's Factory in Warsaw (24,000 sqm of retail space) and Bawełnianka shopping centre in Bełchatów (23,000 sqm GLA).

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

Mapa 1. SZEŚĆ NAJWIĘKSZYCH OTWARĆ W POLSCE W I POŁ. 2020

Chart 1. THE SIX BIGGEST OPENINGS IN POLAND IN H1 2020



Otwarcia w Polsce w I połowie 2020/ Openings in Poland in H1 2020 nowe obiekty/ new schemes

- centrum handlowe/ shopping centre
- ◆ centrum handlowe - mixed use/ shopping centre - mixed use
- ◆ park handlowy/ retail park

Tabela 1. POZOSTAŁE OTWARCIA H1 2020

Table 1. THE OTHER OPENINGS IN H1 2020

Miasto / City	Nazwa obiektu / Name	Rodzaj / Type	GLA	Otwarcie / Opening
Zgierz	Galeria Zgierska	Centrum Handlowe/Shopping centre	9200	Q2
Otwock	Galeria Kupiecka	Centrum Handlowe/Shopping centre	9100	Q1
Chrzanów	Park Handlowy Kasztelania	Park handlowy/Retail Park	8700	Q2
Chojnice	Park Handlowy Chojnice	Park handlowy/Retail Park	8500	Q2
Jawor	Vendo Park Jawor	Park handlowy/Retail Park	6700	H1
Łomianki	Prochownia Łomianki	Park handlowy/Retail Park	5500	Q1

Źródło: PRCH Retail Research Forum, I poł. 2020 r. / Source: PRCH Retail Research Forum H1 2020

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

1.5. NASYCENIE POWIERZCHNIĄ CENTRÓW HANDLOWYCH ORAZ SIŁA NABYWCZA / RETAIL SPACE DENSITY AND PURCHASING POWER

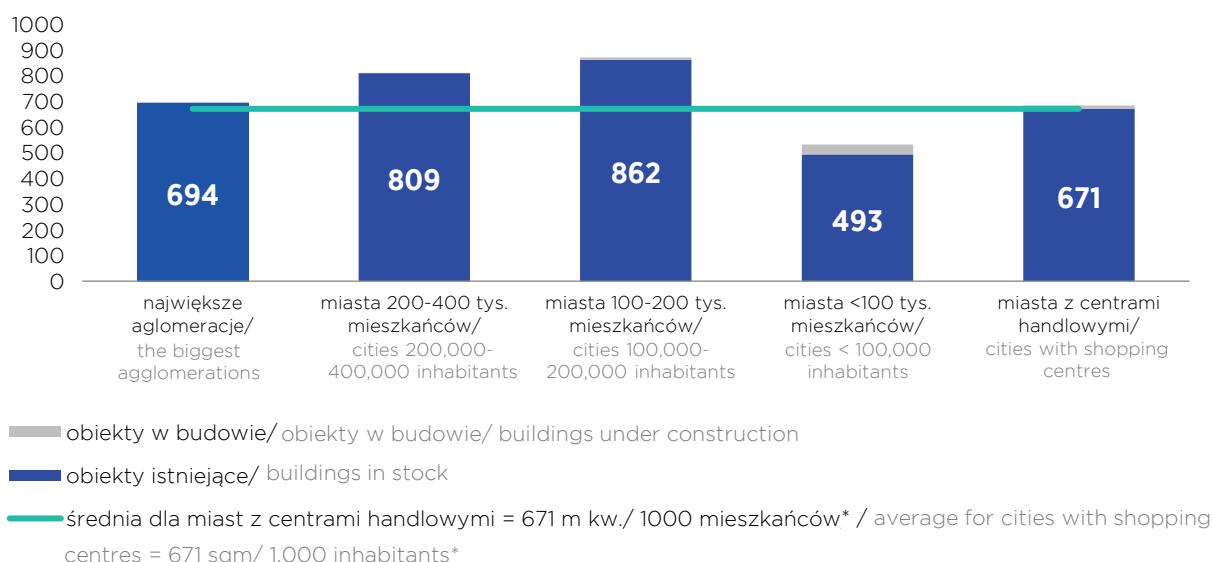


327 m kw. / 1000 mieszkańców – nasycenie powierzchnią centrów handlowych dla całej Polski w pierwszej połowie 2020 roku / retail space density for Poland as of the end of the first half of 2020

333 m kw. / 1000 mieszkańców – oczekiwane nasycenie po ukończeniu obiektów będących w budowie / expected retail space density after completion of assets currently under construction

Ryc. 9. ŚREDNIE NASYCENIE POWIERZCHNIĄ CENTRÓW HANDLOWYCH W M KW. NA 1 000 MIESZKAŃCÓW W POSZCZEGÓLNYCH KLASACH WIELKOŚCI MIAST

Graph 9. AVERAGE RETAIL SPACE DENSITY IN SQM/1,000 INHABITANTS BY CITY SIZE CATEGORY



Źródło: PRCH Retail Research Forum, I poł. 2020 r. / Source: PRCH Retail Research Forum H1 2020

Nasycenie istniejącą powierzchnią rozpatrywane dla miast z centrami handlowymi osiągnęło poziom 671 m kw. / 1000 mieszkańców. Ukończenie obiektów będących obecnie w budowie zwiększy wartość wskaźnika do 684 m kw. / 1000 mieszkańców. Za to podaż powierzchni w ośmiu największych aglomeracjach osiągnęła średnią wartość 694 m kw. / 1000 mieszkańców.

Existing retail space density in cities with shopping centres has reached 671 sqm / 1,000 inhabitants. The completion of assets currently under construction will increase this rate to 684 sqm / 1,000 inhabitants. Space supply in the eight largest agglomerations reached an average of 694 sqm / 1,000 inhabitants.

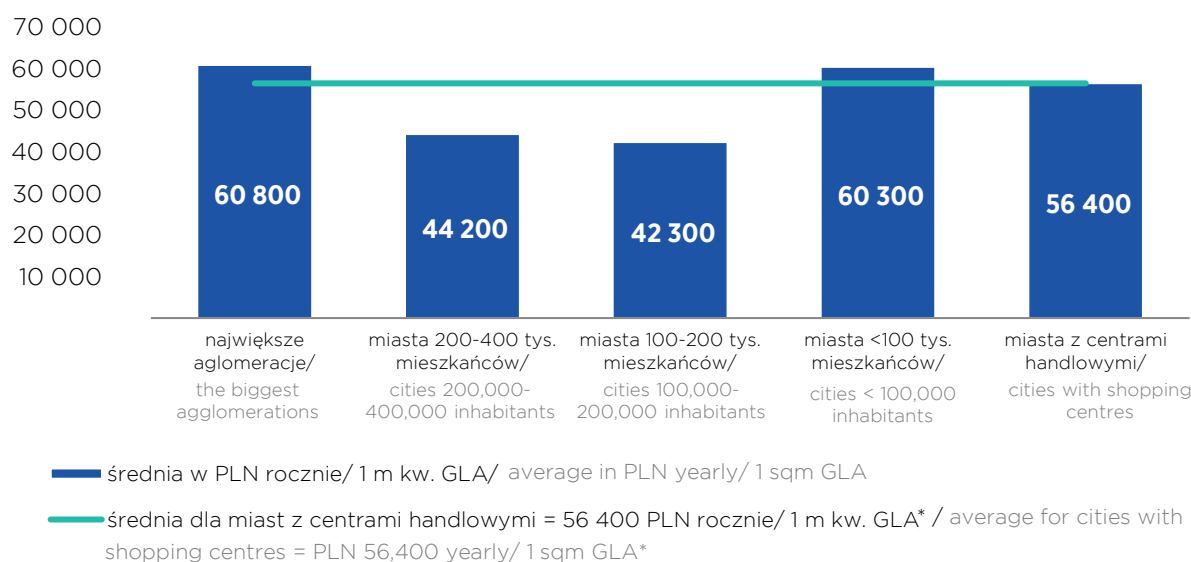
Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

56 400

PLN rocznie / 1 m kw.
PLN yearly / 1 sqm GLA

potencjał nabywczy przypadający na 1 m kw. istniejącej i budowanej powierzchni dla miast z centrami handlowymi, wg Ogólnej Siły Nabywczej GfK
purchasing potential per 1 sqm of space in stock and under construction for cities with shopping centres, according to GfK Purchasing Power data

Ryc. 10. OGÓLNA SIŁA NABYWCAZKA GfK W PLN NA 1 M KW. POWIERZCHNI ISTNIEJĄCYCH I BUDOWANYCH CENTRÓW HANDLOWYCH W POSZCZEGÓLNYCH KLASACH WIELKOŚCI MIAST
Graph 10. GfK PURCHASING POWER COMPARED TO RETAIL SPACE STOCK (EXISTING AND UNDER CONSTRUCTION) BY CITY SIZE CATEGORY (PLN YEARLY / 1 SQM GLA)



Źródło: PRCH Retail Research Forum, I poł. 2020 r. / Source: PRCH Retail Research Forum H1 2020

Podaż powierzchni po pierwszej połowie 2020 roku zestawiona z Ogólną Siłą Nabywczą GfK określa potencjał zakupowy przypadający na jeden metr istniejącej i budowanej powierzchni w miastach z centrami handlowymi na 56 400 PLN rocznie.

Potencjał zakupowy przypadający na jeden metr istniejącej i budowanej powierzchni w ośmiu największych aglomeracjach wynosi obecnie średnio 60 800 PLN rocznie.

The retail space density as of the end of the first half of 2020 along with the GfK Purchasing Power data defines the purchasing potential per one square metre of space in stock and under construction in cities with shopping centres as PLN 56,400 a year.

The purchasing potential per 1 sqm of space in stock and under construction for the eight largest agglomerations is currently PLN 60,800 a year on average.

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

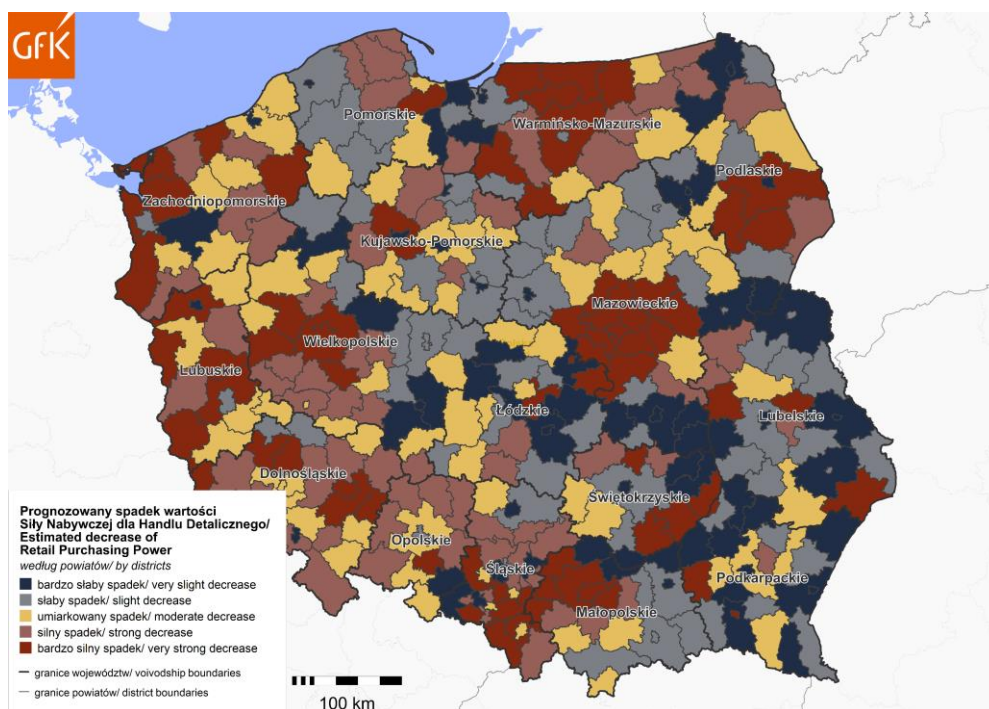
W powyższych kwotach znaczący udział stanowią wydatki w handlu detalicznym, w tym zakupy w centrach handlowych. Potencjalną wartość tych wydatków wyraża Siła Nabywcza dla Handlu Detalicznego GfK. Na jej bazie opracowano prognozę spadku wydatków na skutek pandemii. Według najbardziej prawdopodobnego scenariusza spadek wydatków w handlu detalicznym wyniesie od 11,7 do 19,3% w poszczególnych powiatach oraz na rynkach lokalnych. Powrót do poziomów sprzedaży sprzed epidemii nastąpi w grudniu 2021 roku.

Należy też pamiętać, że Ogólna Siła Nabywcza oraz Siła Nabywcza dla Handlu Detalicznego opisują pełne możliwości konsumpcyjne, które nie ograniczają się jedynie do zakupów w centrach handlowych.

Significant share in aforementioned values is dedicated to retail expenditures, including expenses in shopping centres. Potential value of those expenses is expressed by GfK Retail Purchasing Power. It was the base for the forecast of decrease in retail expenditures due to pandemic. According to the most probable scenario, retail expenditures decrease is expected to amount 11.7 to 19.3 percent in particular districts or local markets. Return to the level of sales observed before pandemic is expected in December 2021.

Nevertheless, it is important to remember that Purchasing Power as well as Retail Purchasing Power presents full consumption possibilities, which are not limited only to buying in shopping centres.

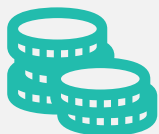
Mapa 2. PROGNOZOWANY SPADEK WARTOŚCI SIŁY NABYWCZEJ DLA HANDLU DETALICZNEGO
Chart 2. ESTIMATED DECREASE OF RETAIL PURCHASING POWER



Źródło / Source: GfK

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

1.6. TRANSAKcje INWESTYCYJNE NA RYNKU CENTRÓW HANDLOWYCH W POLSCE W I POŁ. 2020 ROKU / INVESTMENT TRANSACTIONS IN THE RETAIL MARKET IN POLAND H1 2020



2,9 mld EUR (bn EUR) – całkowity wolumen transakcji inwestycyjnych / total investment volume

456 mln EUR (mln EUR) – wolumen transakcji inwestycyjnych na rynku nieruchomości handlowych / retail investment volume

Źródło / Source: BNP Paribas Real Estate

W poprzednich kilku latach wartość inwestycji w nieruchomości komercyjne w Polsce co roku przebijala rekordowy pułap. W 2019 r. w rezultacie wysokiego zainteresowania inwestorów produktem inwestycyjnym wolumen transakcyjny osiągnął niemal 7,7 miliarda euro, z czego prawie 2 miliardy euro przypadły na sektor handlowy.

Na początku bieżącego roku perspektywy dla sektora nieruchomości komercyjnych były optymistyczne, jednak wybuch globalnej pandemii COVID-19 i spowodowana nim recesja światowej gospodarki ostudziły nastroje inwestorów. W I połowie 2020 r. we wszystkich sektorach rynku nieruchomości komercyjnych w Polsce sfinalizowano transakcje o łącznej wartości ok. 2,9 miliarda euro. Jest to co prawda rezultat nieznacznie wyższy niż w I poł. ubiegłego roku, jednak po znacząco wysokim wolumenie inwestycyjnym zrealizowanym w miesiącach styczeń – marzec, niższy udział II kwartału potwierdza ochłodzenie koniunktury i niepewność wśród nabywców.

W I poł. 2020 r. zainteresowanie kupujących skupiały na sobie segmenty aktywów biurowych i magazynowych. Biorąc pod uwagę toczące się obecnie transakcje, tendencja ta nie ulegnie znaczącej zmianie do końca br. Do końca czerwca wartość transakcji inwe-

In the last few years, the value of investments in commercial real estate in Poland would break a new record every year. In 2019, as a result of high investor interest in the investment product, the transaction volume amounted to nearly EUR 7.7 billion, of which almost EUR 2 billion was in the retail sector.

At the beginning of 2020, the prospects for the commercial real estate sector were optimistic, but the outbreak of the global COVID-19 pandemic and the resulting recession in the global economy have cooled down investor sentiment. In the H1 of 2020, in all commercial real estate segments in Poland, deals worth a total of around EUR 2.9 billion were concluded. Although the result is slightly higher than in H1 2019, after a remarkably high investment volume in January-March, the lower share of Q2 confirms the cooling of the investment climate and uncertainty among buyers.

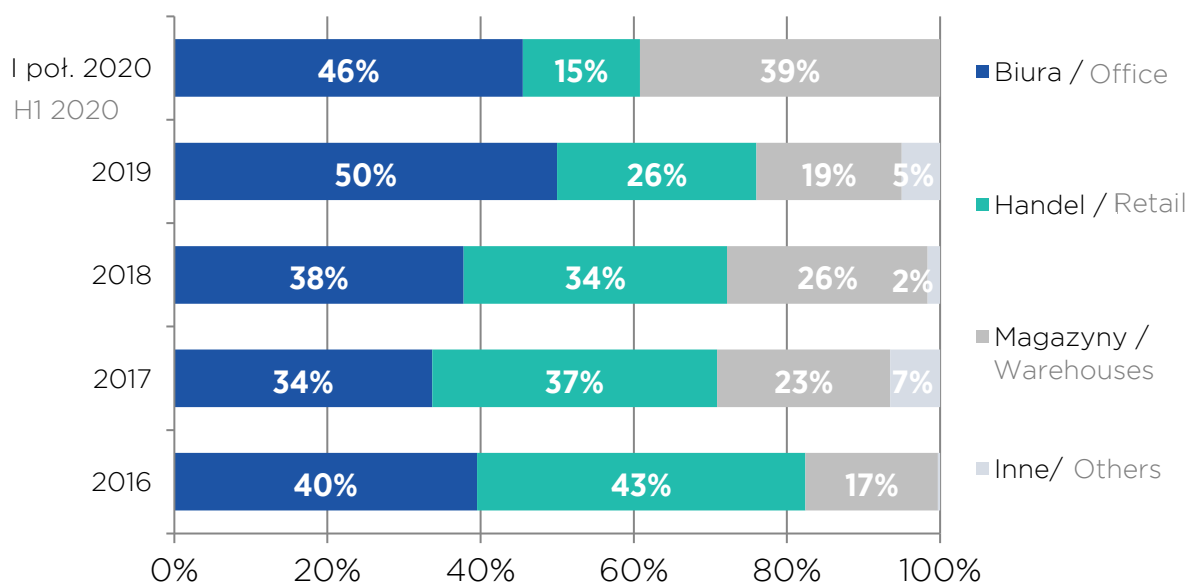
In H1 2020, buyers' interest focused on the office and warehouse asset. Given the ongoing deals, this tendency will not change significantly until the end of 2020. By the end of June, the value of investment transactions in the retail segment totalled only about EUR 456 million, comprising 15% of the entire volume. Over the last few years, interest in the investment product from the retail sector has gradually decreased.

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

stycyjnych w segmencie handlu wyniosła zaledwie ok. 456 mln euro, stanowiąc 15% całkowitego wolumenu. W ostatnich kilku latach zainteresowanie produktem inwestycyjnym z sektora obiektów handlowych stopniowo spadało.

Ryc. 11. WOLUMEN INWESTYCYJNY W PODZIALE NA SEKTORY NIERUCHOMOŚCI KOMERCYJNYCH, 2016 – I POŁ. 2020 R.

Graph 11. INVESTMENT TRANSACTION VOLUME IN POLAND BY SECTOR 2016 – H1 2020



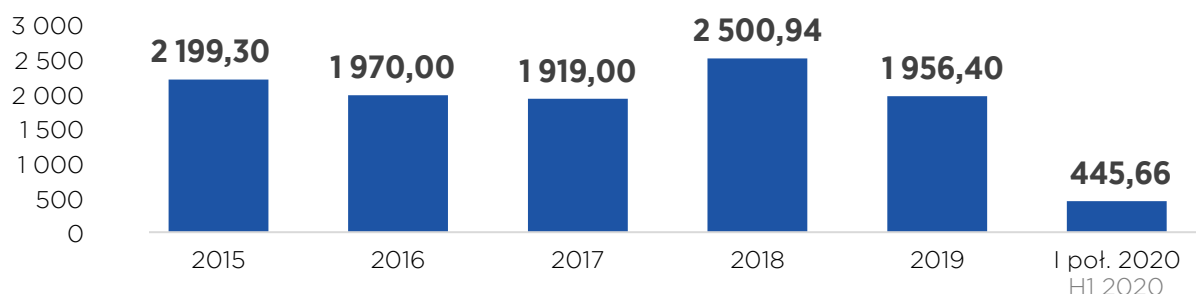
Źródło/ Source: BNP Paribas Real Estate

Tegoroczna pandemia, „lockdown” gospodarki, zamknięcie centrów handlowych na siedem tygodni i działalność w „nowej rzeczywistości” i reżimie sanitarnym mocno odbiły się na wynikach branży. Po reotwarcu centrów handlowych 4 maja, zarówno średni poziom odwiedzalności jak i obroty wciąż pozostają znacząco niższe niż w analogicznych okresach lat ubiegłych. Pogłębia to obawy inwestorów związane z sektorem nieruchomości handlowych.

This year's pandemic, the 'lockdown' of the economy, the closing down of shopping centres for seven weeks and functioning in the 'new normal' as well as the sanitary regime have had a severe impact on the industry's performance. After the re-opening of shopping centres on 4th of May, both the average footfall and turnover rates are still significantly lower than in the corresponding periods of previous years. This deepens the concerns of investors about the retail real estate sector.

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

Ryc. 12. WARTOŚĆ TRANSAKCJI INWESTYCYJNYCH W SEKTORZE HANDLOWYM (W MLN EUR)
Graph 12. RETAIL INVESTMENT VOLUME (IN EUR MILION)



Źródło / Source: BNP Paribas Real Estate

W warunkach „nowej rzeczywistości” najlepiej dotychczas zdają sobie radzić obiekty handlowe tzw. „wygodnych zakupów”, małe centra osiedlowe, parki handlowe z podstawową ofertą o charakterze dyskontowym, obiekty spożywcze, wolnostojące magazyny handlowe z branży wyposażenia domu i ogrodu. W konsekwencji zainteresowanie inwestorów skupia się na formatach tego typu. W I poł. 2020 r. przedmiotem transakcji było kilkanaście takich obiektów o jednostkowej wartości nieprzekraczającej 20 milionów euro. Trwa proces wyprzedaży nieruchomości przez Tesco, które po przearanżowaniu będą ponownie otwierane w ciągu najbliższych kilkunastu miesięcy w nowych kategoriach handlowych.

Jedyną transakcją przeprowadzoną w segmencie centrów handlowych był zakup przez węgierski fundusz Optima Investment od Lone Star 61,49% udziałów w portfelu centrów handlowych GTC, który obejmuje Galerię Północną w Warszawie i Galerię Jurajską w Częstochowie.

So far, in the conditions of the “new normal”, the convenient shopping projects, local “neighbourhood” shopping centres, retail parks with a basic discount offer, grocery stores, standalone retail warehouses with the home and garden equipment have been performing best. As a result, the interest of investors is focused on this type of formats. In H1 2020, several such projects with a unit value of up to EUR 20 million were transacted. Tesco is in the process of selling out the properties, which after refitting will be reopened in the next few months, in new retail categories.

The only transaction in the shopping centre segment was the purchase by a Hungarian fund Optima Investment of a 61.49% stake in GTC's shopping centre portfolio, which includes Galeria Północna in Warsaw and Galeria Jurajska in Częstochowa.

4,75 %

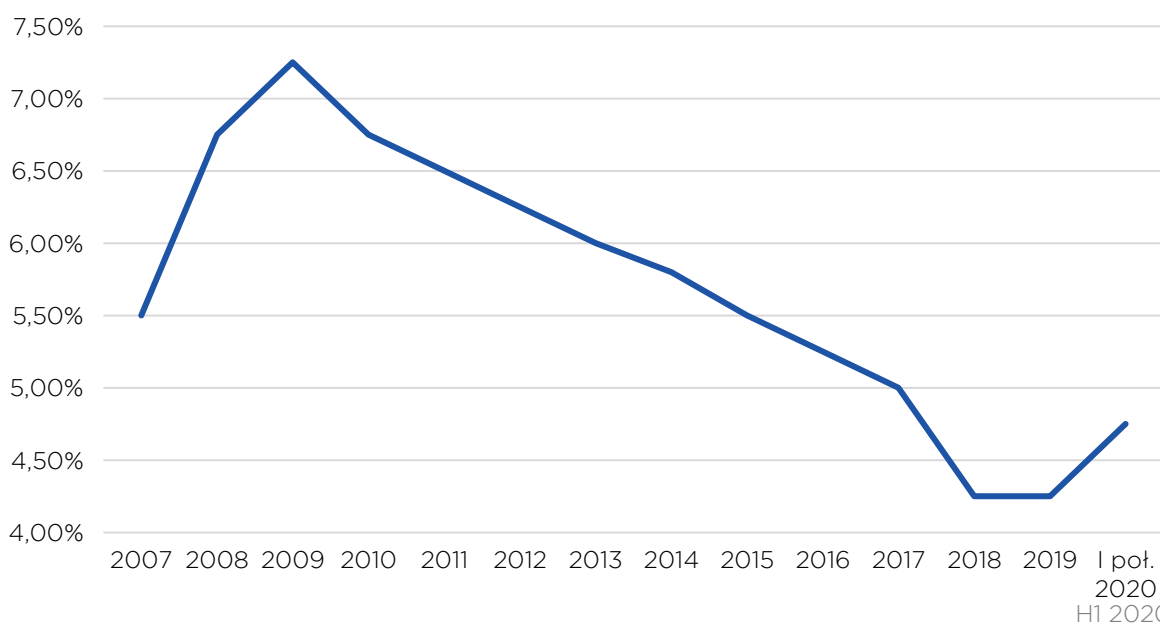
stopa kapitalizacji nieruchomości handlowych typu „prime” /
prime yields

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

W trakcie I połowy 2020 r. stopa kapitalizacji dla centrów handlowych najwyższej klasy (tzw. „prime”) uległa dekompresji o ok. 50 punktów bazowych. W perspektywie najbliższych kwartałów trend ten nie ulegnie odwróceniu.

During H1 2020, yields for prime shopping centres were decompressed by about 50 basis points. This trend will not be reversed in the coming quarters.

Ryc. 13. STOPY KAPITALIZACJI ZA NAJLEPSZE OBIEKTY HANDLOWE W POLSCE, 2007 - I POŁ. 2020
Graph 13. YIELDS IN PRIME RETAIL ASSETS IN POLAND 2007 - H1 2020



Źródło / Source: BNP Paribas Real Estate

Obecne zawirowania i niepewność w segmencie nowoczesnego handlu potęgują globalną awersję inwestorów do zakupu aktywów handlowych. W rezultacie w perspektywie średnio-okresowej zainteresowanie produktem w tym segmencie będzie ograniczone. Podobnie jak na przestrzeni ostatnich miesięcy, największym popytem potencjalnych kupujących będą cieszyły się obiekty z szeroko pojętego segmentu convenience.

The current turbulence and uncertainty in the modern retail segment is intensifying investors' global aversion to acquire retail assets. Consequently, in the medium term, interest in the product in this segment will be limited. As in recent months, the greatest demand from potential buyers will be in the broadly defined convenience segment.

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

1.7 INDEKS OBROTÓW ORAZ ODWIEDZALNOŚCI W CENTRACH HANDLOWYCH W I POŁ. 2020 ROKU TURNOVER INDEX AND FOOTFALL TRENDS IN SHOPPING CENTRES IN H1 2020



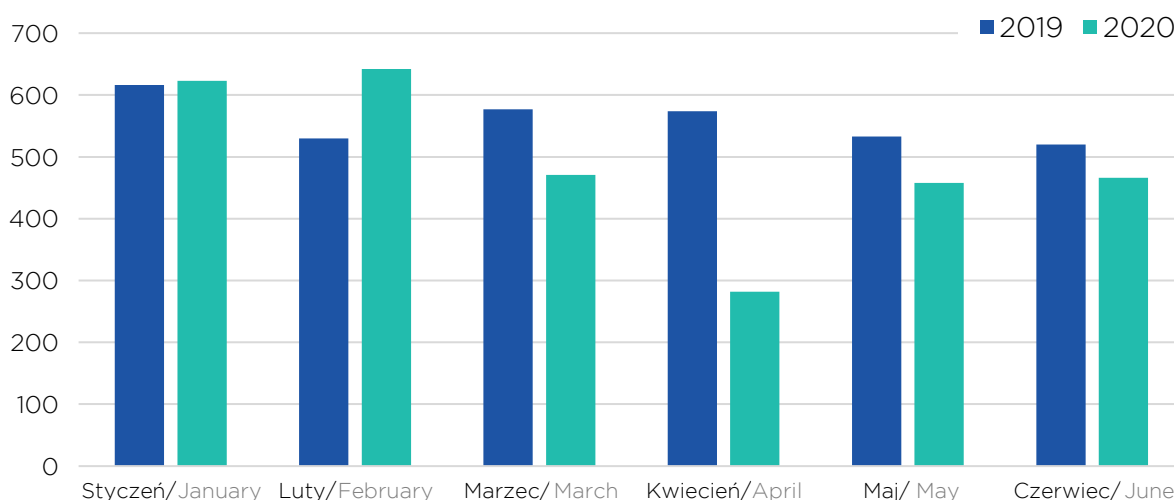
560 PLN / m kw. Średnia miesięczna obrotów dla wszystkich kategorii w okresie styczeń – czerwiec 2020 / PLN / sqm average monthly turnover in all categories throughout January – June 2020.

-31,2 % Zmiana skumulowana rok do roku dla wszystkich kategorii (styczeń – czerwiec 2020 vs styczeń – czerwiec 2019) / YoY cumulative change for all retail categories (January – June 2020 vs January – June 2019)

Największe spadki w przypadku wszystkich kategorii handlowych odnotowano w kwietniu (-79,6%). Tak duży spadek to efekt ograniczeń w funkcjonowaniu obiektów handlowych związanych z wprowadzonym w Polsce stanem epidemii.

The largest drops for all commercial categories were recorded in April (-79.6%). Such a large decline was the result of restrictions on the operation of retail schemes in relation to the state of the epidemic introduced in Poland.

Ryc. 14. TURNOVER INDEX – ŚREDNIE OBROTY DLA WSZYSTKICH KATEGORII 2019-2020 (PLN/M KW.)
Graph 14. TURNOVER INDEX - AVERAGE TURNOVER IN ALL CATEGORIES 2019-2020 (PLN/SQM)

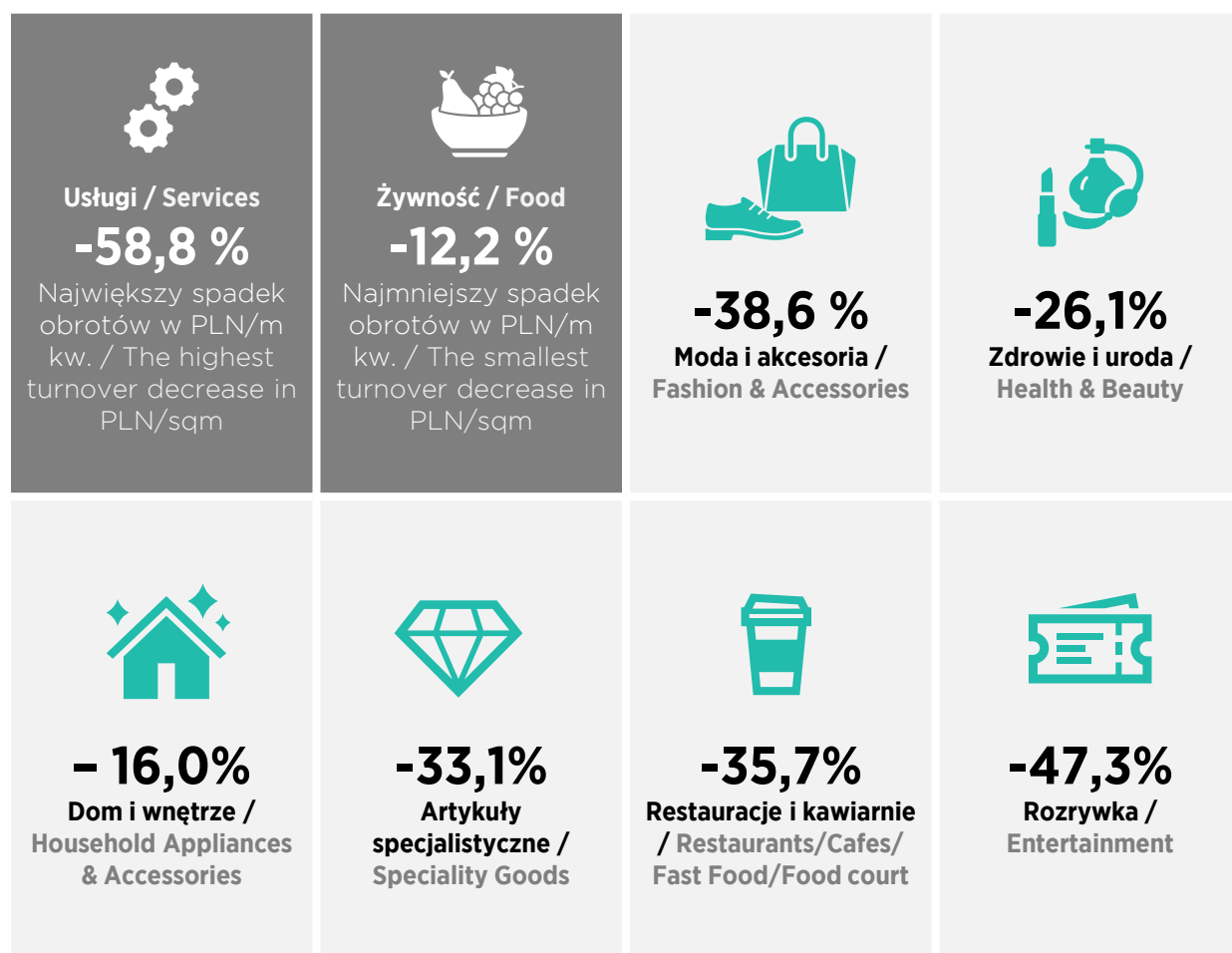


Źródło / Source: PRCH Turnover Index

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

TURNOVER INDEX – ZMIANA SKUMULOWANA DLA KAŻDEJ KATEGORII W OKRESIE STYCZEŃ-CZERWIEC 2020 W PORÓWNANIU DO OKRESU STYCZEŃ-CZERWIEC 2019

TURNOVER INDEX - CUMULATIVE CHANGE FOR EACH CATEGORY IN JANUARY-JUNE 2020 COMPARED TO JANUARY-JUNE 2019



ODWIEDZALNOŚĆ FOOTFALL

-26,3 %

Zmiana skumulowana rok do roku (styczeń – czerwiec 2020 vs styczeń – czerwiec 2019) / cumulative change YoY (January - June 2020 vs January-June 2019)

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

Pierwsza połowa roku 2020 to niewątpliwie czas pod znakiem epidemii oraz wprowadzonych w marcu znacznych ograniczeń. O ile w styczniu i w lutym wskaźniki były jeszcze dodatnie to sytuacja znacząco zmieniła się od marca.

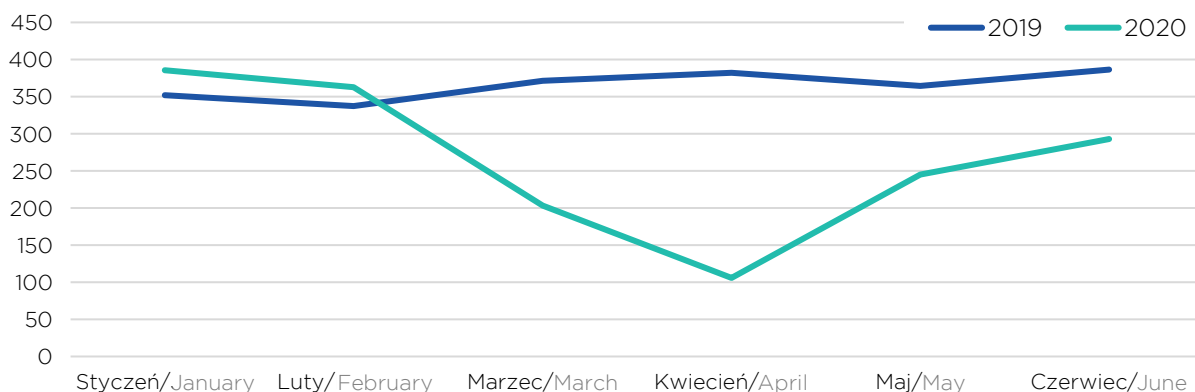
Najwyższy spadek odwiedzalności odnotowany został w kwietniu (-72,3% rok do roku), kiedy to w obiektach handlowych mogły prowadzić działalność jedynie nieliczne lokale. 4 maja 2020 wprowadzone wcześniej obostrzenia w znacznej części zostały zniesione i ponownie otwarto większość sklepów. W maju spadek odwiedzalności znacznie zmalał, do -32,7% w stosunku do roku poprzedniego, a rynek retail zaczął powolną drogę ku stabilizacji i osiągnięciu poziomu odwiedzalności z roku 2019.

H1 2020 was clearly marked by the epidemic and significant restrictions introduced in March. While the figures were still in green in January and February, the situation changed significantly since March.

The greatest decrease in footfall was recorded in April (-72.3% year-on-year), when only a few premises could operate in retail projects. On 4 May 2020, the restrictions previously introduced were largely lifted and most shops were reopened. In May, the drop in visitor numbers significantly decreased to -32.7% compared to the previous year. The retail market is currently facing the challenge of rebuilding the footfall rate taking into account the existing restrictions caused by the pandemic.

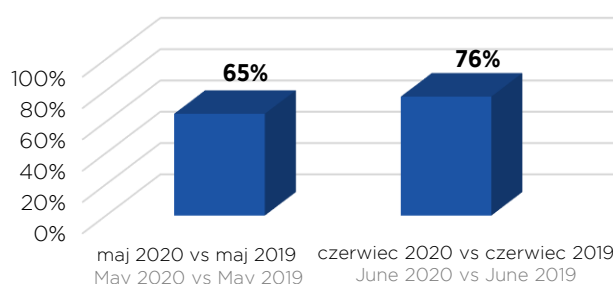
Ryc. 15. WSKAŹNIK FOOTFALL TRENDS INDEX 2019-2020 MIESIĄC DO MIESIĄCA. (W TYS.)

Graph 15. FOOTFALL TRENDS INDEX MONTH OVER MONTH (IN THOUSANDS)



Źródło / Source: PRCH Footfall Trends Index

Ryc. 16. ŚREDNI FOOTFALL PO PONOWNYM OTWARCIU OBIEKTÓW HANDLOWYCH W PORÓWNANIU DO ROKU POPRZEDNIEGO
Graph. 16. AVERAGE FOOTFALL AFTER LOCKDOWN YoY



Źródło / Source: PRCH Daily Footfall Index

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

Autorzy / Authors



Klaudia Okoń

Consultant,
Research & Consultancy Department
BNP Paribas Real Estate Poland
klaudia.okon@realestate.bnpparibas

Klaudia Okoń dołączyła do działu Research w BNP Paribas Real Estate jako Konsultant w kwietniu 2020 roku. Od 2018 roku, pracowała dla firmy Savills również na stanowisku Konsultant w dziale Research, a od 2002 r. dla niemieckiej firmy GENI Polska/GENI CEE. Posiada prawie 15-letnie doświadczenie w branży nieruchomości handlowych. Zajmowała się przeprowadzaniem analiz potencjału nieruchomości, planowaniem ekspansji i rozwoju, a także przygotowywaniem strategii dotyczących formatów handlowych oraz profili klientów. Klaudia jest absolwentką SGGW (Ekonomia) i studiów podyplomowych w Instytucie Gospodarki Przestrzennej i Mieszkalnictwa (Zarządzania Nieruchomościami) oraz praktyk zawodowych, gdzie uzyskała Świadectwo Kompetencji Zawodowych Zarządcy Nieruchomości.

Klaudia Okoń joined Research and Consultancy at BNP Paribas Real Estate as a Consultant in April 2020. Since 2018, she worked for Savills, also as a Consultant at Research and Consultancy, and since 2002 for the German company GENI Polska/GENI CEE. Klaudia has a track record of over 15 years in the commercial property market. She was involved in analysing real estate potential, planning expansion and development, as well as preparing strategies of retail formats and customer profiles. Klaudia is a graduate of the Warsaw University of Life Sciences (Economy) and of post-graduate studies at the Institute of Spatial Planning and Housing (Real Estate Management). She has also completed an apprenticeship, where she obtained a Real Estate Manager's Professional Competence Certificate.



**BNP PARIBAS
REAL ESTATE**



Patrycja Dzikowska

Head of Research & Consultancy,
BNP Paribas Real Estate Poland
patrycja.dzikowska@realestate.bnpparibas

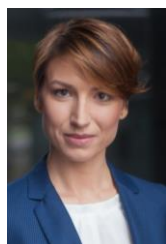
Patrycja Dzikowska od niemal 22 lat związana jest z sektorem nieruchomości komercyjnych, pracując zarówno po stronie wiodących agencji doradczych (JLL, DTZ, Cushman & Wakefield) jak i deweloperów (Apsys Polska, Metro). W tym czasie była zaangażowana w wielu projektach analityczno – doradczych dla różnorodnych klientów. Spektrum jej kompetencji obejmuje m.in. analizy rynkowe, studia potencjału rynkowego lokalizacji, doradztwo przy tworzeniu założeń dla projektu, analizy potencjału przebudowy i repozycjonowania obiektów. Patrycja posiada szeroką wiedzę o rynku nieruchomości komercyjnych oraz wieloletnie doświadczenie w zakresie doradztwa.

Patrycja Dzikowska has nearly 22 years of experience in the real estate market, working for both leading consulting agencies (JLL, DTZ, Cushman & Wakefield) and developers (Apsys Polska, Metro). During this time she has been involved in numerous projects for a wide range of clients across Poland, which include market studies, highest and best use studies, project development studies, redevelopment/refurbishment strategies, restructuring/repositioning of retail assets, portfolio analysis, among others. Patrycja gained a deep knowledge of the modern real estate sector and wide experience in the advisory field.



**BNP PARIBAS
REAL ESTATE**

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report



Małgorzata Dziubińska

Associate Director, Consulting &
Research Cushman & Wakefield
malgorzata.dziubinska@cushwake.com

Małgorzata Dziubińska, ekspert z ponad 15 letnim doświadczeniem w branży nieruchomości komercyjnych. Uczestniczyła w wielu projektach doradczych. Specjalizuje się w przeprowadzaniu badań i analiz rynku handlowego, analizach lokalizacji, badaniu zachowań klienta, opracowywaniu strategii rozwoju, restrukturyzacji, przebudowy i repozycjonowania obiektów. Absolwentka Wydziału Ekonomii na Uczelni Łazarskiego, dodatkowe kwalifikacje zdobyła na studiach podyplomowych z zakresu Zarządzania Nieruchomościami.

Małgorzata Dziubińska, expert with over 15 years of commercial real estate experience. She participated in numerous consulting and advisory projects. Her Focus of interest is retail market research and evaluation, location studies, customer behaviour surveys, expansion and optimization strategies, redevelopment and repositioning of retail assets. She graduated in Economics from the Łazarski University and gained additional qualifications during post-graduate studies in Real Estate Management.



Piotr Pieńkos

Researcher,
Sales Effectiveness GfK
piotr.pienkos@gfk.com

W GfK pracuje od 2013 roku, głównie przy projektach analitycznych mających na celu wspieranie inwestycji na rynku handlowych nieruchomości komercyjnych, a także projektach badawczych związanych z analizą zachowań zakupowych konsumentów, ułatwiających konfigurację i zarządzanie centrami handlowymi na każdym etapie ich istnienia.

Piotr has been worked in GfK since 2013 mainly at the analytics supporting investing in retail market. He has also worked on research projects related to shopping behaviour patterns to provide better managing in shopping centres on their every step.



Magdalena Czempińska

Director, Research
Knight Frank
magdalena.czempinska@pl.knightfrank.com

Magdalena jest absolwentką Szkoły Głównej Handlowej. Rozpoczęła pracę w Knight Frank w styczniu 2005 roku. W tym okresie zajmowała się przygotowywaniem analiz rynku mieszkaniowego i komercyjnego w Polsce jak również uczestniczyła w procesach due diligence nieruchomości komercyjnych. Obecnie odpowiedzialna jest za przygotowywanie analiz rynku handlowego w Polsce.

Magdalena is a graduate of the Warsaw School of Economics. She joined Knight Frank in January 2005. Over these years, she was responsible for conducting residential and commercial market analyses, and participated in due diligence processes. Currently, she is responsible for preparing analyses of the Polish retail market.



Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report



Danuta Kowalska

Head of Market Research
METRO Properties
danuta.kowalska@metro-properties.pl

Od ponad 20 lat związana jest z rynkiem nieruchomości komercyjnych. Odpowiada za szeroki zakres analiz i badań rynkowych wspierających działalność operacyjną METRO PROPERTIES. Posiada tytuł MBA (ESSEC Business School, Francja), jest licencjonowanym zarządcą nieruchomości.

Involved in the commercial real estate market for more than 20 years. Responsible for a large scope of analysis and surveys supporting operational activities of METRO PROPERTIES. She holds a Master Degree in Business (ESSEC Business School, France) and a real estate management license.



Wioleta Wojtczak

Head of Research
Research and Consultancy Savills
wwojtczak@savills.pl

Wioleta Wojtczak, posiada blisko 14-letnie doświadczenie w zakresie badań i analiz rynku oraz konsultingu. Jest absolwentką Politechniki Warszawskiej. Jest odpowiedzialna za wspieranie wszystkich działów firmy dostarczając najnowsze dane i komentarze na temat rynku oraz przygotowanie badań i analiz powierzchni handlowych, biurowych i magazynowych w imieniu klientów.

Wioleta Wojtczak has a track record of almost 14 years in the field of market research and analysis and consulting. She is a graduate of the Warsaw University of Technology. Wioleta is responsible for supporting all departments by providing the latest data and comments concerning the market as well as preparing retail, office and industrial space research and analysis on behalf of the clients.



Justyna Ostrowska

Research & Education Specialist
Polska Rada Centrów Handlowych
jostrowska@prch.org.pl

Absolwentka Uniwersytetu w Białymstoku, ekspert w zakresie badań i budowania oferty merytorycznej oraz edukacyjnej w Polskiej Radzie Centrów Handlowych. Na swoim koncie posiada sukcesy w zakresie przygotowywania i realizacji działań szkoleniowych, organizacji oraz promocji działań edukacyjno-badawczych dla branży nieruchomości handlowych.

Justyna is a graduate of the University of Białystok, expert in research and development of the substantive and educational offer at the Polish Council of Shopping Centres. She has been successful in preparing and implementing training activities, organising and promoting educational and research activities for the retail industry.



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

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

Uwagi metodologiczne / Methodological notes

Na potrzeby publikowanych w raportach PRCH RRF statystyk podaży i nasycenia powierzchnią handlową, w skład poszczególnych aglomeracji i konurbacji zostały włączone następujące miejscowości:

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

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

Agglomeracja Krakowska: Kraków oraz Niepołomice, Skawina, Wieliczka i Zabierzów, a także Biskupice, Igołomia-Wawrzeńczyce, Kocmyrzów-Luborzyca, Koniusza, Liszki, Michałowice, Mogilany, Świątniki Górne, Wielka Wieś i Zielonki.

Agglomeracja Łódzka: Łódź, Pabianice, Rzgów, Zgierz, a także Aleksandrów Łódzki, Andrespol, Brojce, Konstantynów Łódzki, Ksawerów, Nowosolna, Ozorków i Stryków.

Agglomeracja Poznańska: Poznań, Swarzędz i Tarnowo Podgórne, a także Komorniki, Kórnik, Luboń, Mosina, Puszczykowo, Rokietnica, Suchy Las oraz Czerwonak, Dopiewo i Kleszczewo.

Agglomeracja Szczecińska: Szczecin i Kołbaskowo, Dobra, Goleniów, Gryfino, Kobylanka, Police i Stare Czarnowo.

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

Agglomeracja Wrocławska: Wrocław, Kąty Wrocławskie i Kobierzyce, a także Czernica, Długołęka, Miękinia, Oborniki Śląskie, Siechnice, Wisznia Mała 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).

*„Miasta z centrami” - są to miasta, w których znajdują się centra handlowe wliczone do bazy podaży centrów handlowych zdefiniowanych przez ekspertów PRCH.

For the needs of the supply and retail density statistics published in PRCH RRF reports, the following cities and towns were included as part of agglomeration and conurbations:

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

Katowice Conurbation: Katowice, Bytom, Chorzów, Czeladź, Dąbrowa Górnicza, Gliwice, Knurów, Mikołów, Mysłowice, Piekary Śląskie, Ruda Śląska, Siemianowice Śląskie, Sosnowiec, Świętochłowice, Tarnowskie Góry, Tychy, Zabrze, as well as Będzin, Jaworzno, Radzionków, Gierałtowiec, and Wojkowice.

Kraków Agglomeration: Kraków, and Niepołomice, Skawina, Wieliczka and Zabierzów, as well as Biskupice, Igołomia-Wawrzeńczyce, Kocmyrzów-Luborzyca, Koniusza, Liszki, Michałowice, Mogilany, Świątniki Górne, Wielka Wieś, and Zielonki.

Łódź Agglomeration: Łódź, Pabianice, Rzgów and Zgierz, as well as Aleksandrów Łódzki, Andrespol, Brojce, Konstantynów Łódzki, Ksawerów, Nowosolna, Ozorków, and Stryków.

Poznań Agglomeration: Poznań, Swarzędz and Tarnowo Podgórne, as well as Komorniki, Kórnik, Luboń, Mosina, Puszczykowo, Rokietnica, Suchy Las and Czerwonak, Dopiewo, and Kleszczewo.

Szczecin Agglomeration: Szczecin and Kołbaskowo, as well as Dobra, Goleniów, Gryfino, Kobylanka, Police, and Stare Czarnowo.

Tri-City Agglomeration: Gdańsk, Gdynia, Rumia and Wejherowo as well as Pruszcz Gdański, Reda and Sopot, as well as Cedry Wielkie, Kolbudy, Kosakowo, Szemud, and Żukowo.

Wrocław Agglomeration: Wrocław, Kąty Wrocławskie and Kobierzyce, as well as Czernica, Długołęka, Miękinia, Oborniki Śląskie, Siechnice, Wisznia Mała and Żórawina.

The common database developed by the companies representing PRCH Retail Research Forum allows for publishing consistent information concerning the supply of modern retail space in Poland, and shopping centres under construction (in the latter category, RRF includes all shopping centres the construction of which started and continues).

*"Cities with shopping centers" - there are cities where shopping centers are included in the supply base of shopping centers defined by PRCH experts.

Raport I poł. 2020 / H1 2020 Report

O PRCH Retail Research Forum / About PRCH Retail Research Forum

PRCH Retail Research Forum powstało z inicjatywy Polskiej Rady Centrów Handlowych w 2009 roku. Do Forum mogą należeć te firmy członkowskie PRCH, które w znacznym stopniu swojej działalności biznesowej zajmują się analizami i badaniami rynku oraz doradztwem w dziedzinie nieruchomości handlowych. Firmy członkowskie działają w PRCH RRF poprzez swoich oficjalnych przedstawicieli, którymi są eksperci mający wieloletnie doświadczenie w branży i zajmujący kluczowe stanowiska w tych firmach.

Cele PRCH RRF:

- Regularne dzielenie się wiedzą i wymiana poglądów o rynku nieruchomości handlowych w Polsce;
- Regularne publikowanie raportów na temat rynku powierzchni handlowych;
- Koordynacja i promocja grona ekspertów i badaczy zajmujących się rynkiem centrów handlowych w Polsce;
- Organizacja seminariów badawczych i dyskusji dla wymiany wiedzy i doświadczeń.

The PRCH Retail Research Forum was created as an initiative of the Polish Council of Shopping Centres in 2009. The Forum may be participated in by those members of PRCH, who devote a considerable part of their business activity to market analysis and research as well consulting in the field of commercial real estate. Members of PRCH RRF act through their official representatives: experts with a long track record in the industry, who have key positions in those companies.

PRCH RRF goals:

- Regularly share the knowledge of and exchange views on the retail market in Poland;
- Regularly publish opinions and reports concerning the retail market;
- Coordinate and promote the group of experts and researchers involved in studying the shopping centre market in Poland;
- Organise research seminars and discussions devoted to the exchange of knowledge and experience.

Raport PRCH Retail Research Forum za I poł. 2020 roku:

Redakcja: Justyna Ostrowska

Skład graficzny: Zuzanna Steć

PRCH Retail Research Forum, H1 2020 Report:

Editing: Justyna Ostrowska

Graphic design: Zuzanna Steć