

SUKCES NAJEMCY NA NASYCONYM RYNKU HANDLOWYM

Szymon Łukasik

Head of Retail
Cresa Poland

Bolesław Kołodziejczyk

PhD, MBA, MRICS

Head of Research & Advisory
Cresa Poland

Sukces najemcy na nasyconym rynku handlowym

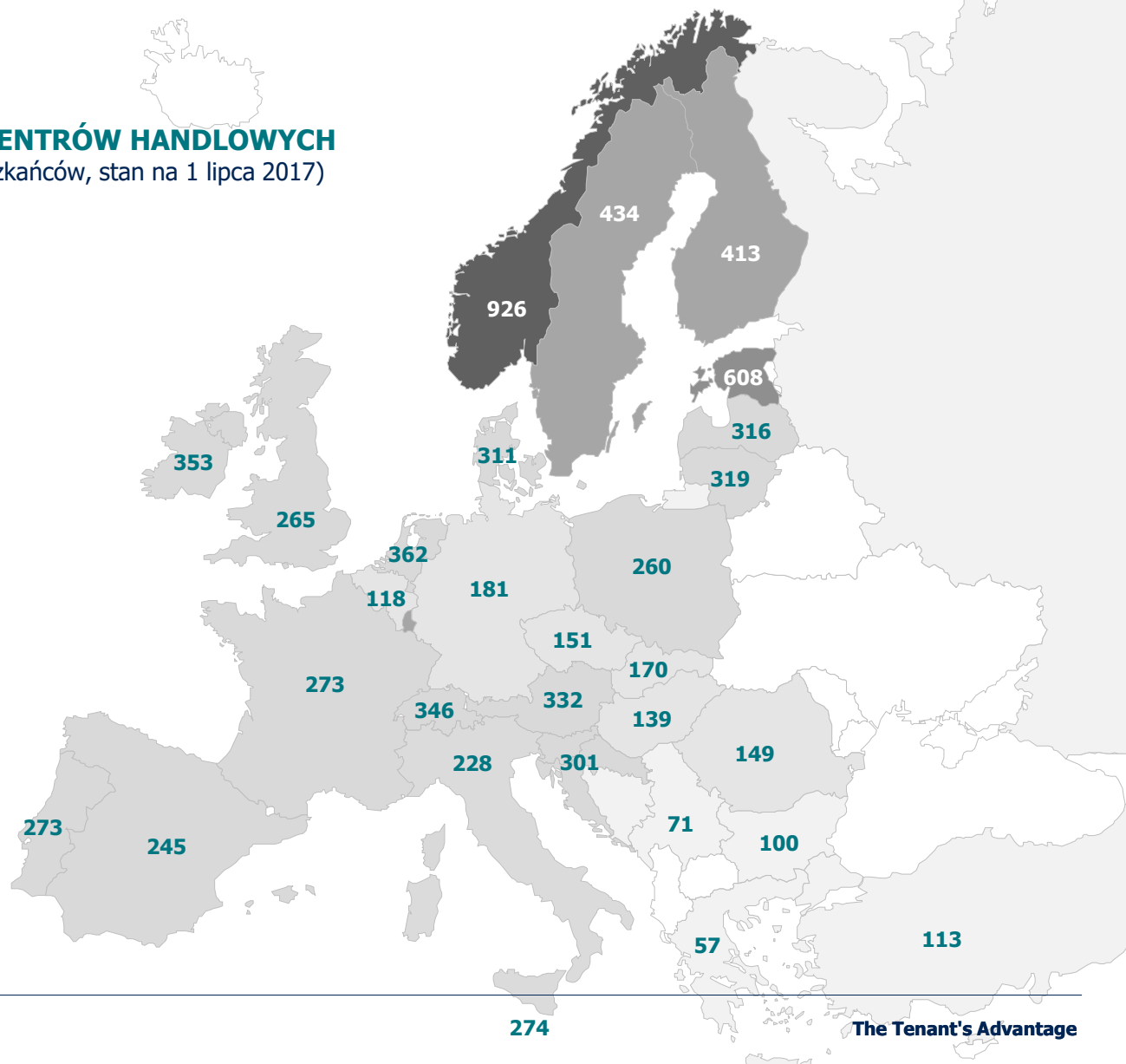
GŁÓWNE WSKAŹNIKI RYNKOWE: NASYCENIE NOWOCZESNĄ POWIERZCHNIĄ HANDLOWĄ W EUROPIE



NASYCENIE POWIERZCHNIĄ CENTRÓW HANDLOWYCH

(m kw. powierzchni najmu / 1 000 mieszkańców, stan na 1 lipca 2017)

GLA / 1,000 populacja



Sukces najemcy na nasyconym rynku handlowym

SPRZEDAŻ DETALICZNA



PODAŻ POWIERZCHNI HANDLOWEJ I SPRZEDAŻ DETALICZNA

W ciągu ostatnich 10 latów rynek Polski zyskał
6.2 mln m kw. powierzchni handlowej (wzrost o 45%).

2 990 EUR

25%

Wzrost sprzedaży
detalicznej na jednego
mieszkańca

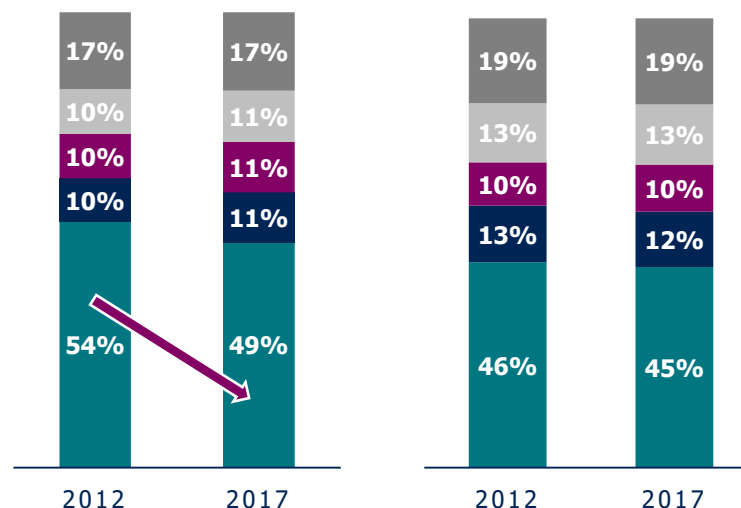
2 252 EUR

STRUKTURA WYDATKÓW KONSUMPCYJNYCH

– porównanie 2012 i 2016 (główne kategorie)

Polska

Unia Europejska



■ Rozrywka, kultura i rekreacja
■ Wypożyczenie domu
■ Zdrowie i uroda

■ Odzież i obuwie
■ Żywność i alkohol

Sukces najemcy na nasyconym rynku handlowym

E-COMMERCE



6 mld EUR

wartość e-zakupów w 2016 (18% wzrost do 2015), w 2017 prognozowany 17% wzrost do ponad **8 mld EUR**.

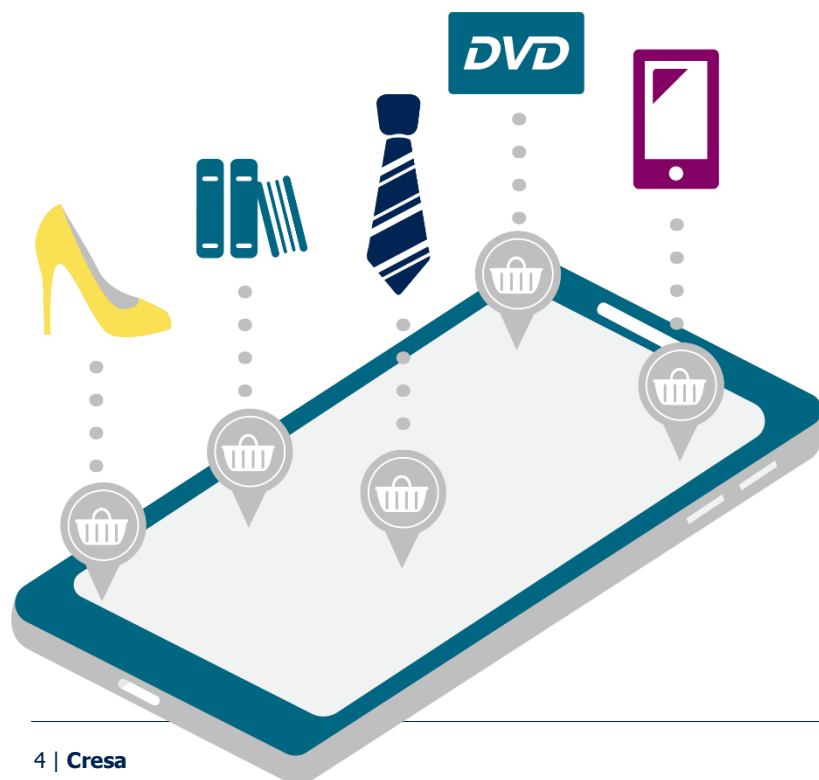
3.7%

udział sprzedaży internetowej w handlu detalicznym, na 2017 prognozowany jest **4.3%**. Dla porównania udział sprzedaży internetowej w handlu w Wielkiej Brytanii wynosi 17%, a w Niemczech 14%.

226 EUR

średnie roczne wydatki Polaka w sieci, to jest 1/5 tego co Brytyjczyk (1118 EUR) lub 1/3 tego co Niemiec.

Najwięcej wydajemy na sprzęt RTV/AGD – średnio **98 zł** na pół roku. W rozliczeniu miesięcznym dominuje kategoria odzież – średnio **83 zł**, książki, płyty i filmy **37 zł** miesięcznie, podobnie bilety do kina, teatru – **36 zł**.



NAJCZĘŚCIEJ KUPOWANE KATEGORIE PRODUKTÓW



72%

Odzież, akcesoria i dodatki



68%

Książki, płyty, filmy



56%

Telefony, smartfony, tablety, akcesoria GSM

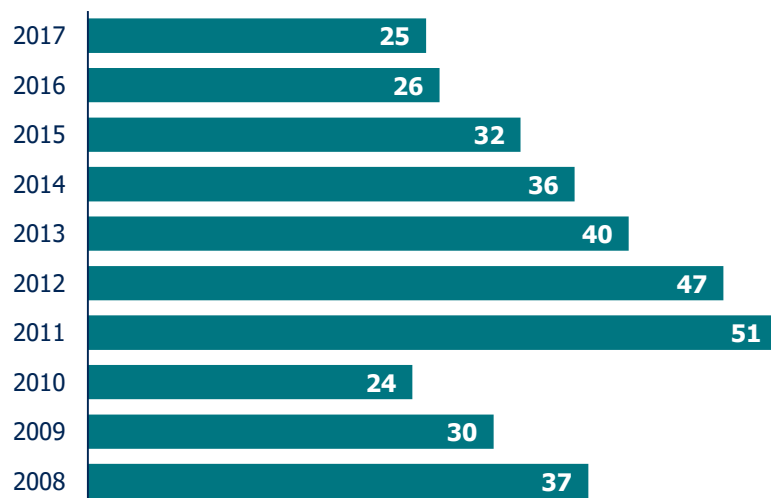
Source: „Bez granic – nowy wymiar handlu internetowego”, Instytut e-Gospodarki, 2017, „Retail Research: Online Retailing Britain, Europe, US and Canada 2017”

Sukces najemcy na nasyconym rynku handlowym

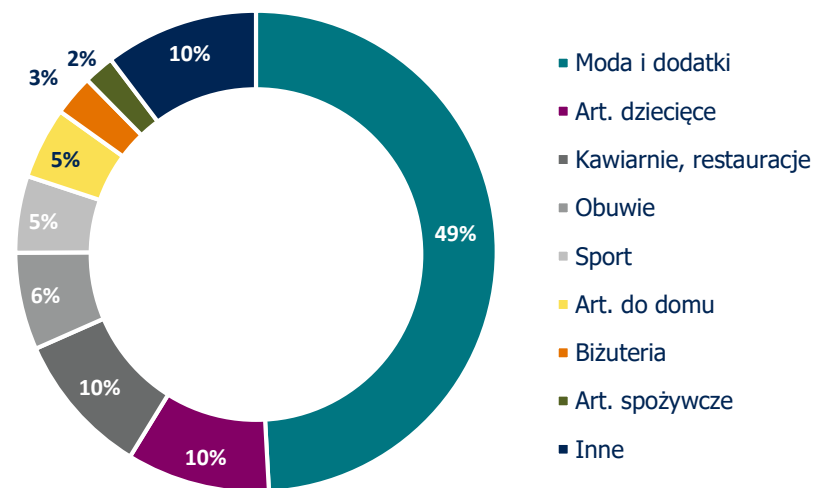
ZMIANY POPYTU ZE STRONY NAJEMCÓW – NOWE MARKI



LICZBA OTWARĆ NOWYCH MAREK



STRUKTURA BRANŻOWA NOWYCH MAREK



STEVE MADDEN

LOVE REPUBLIC

newbie

FOREVER 21

UTERQÜE



& other stories

Sukces najemcy na nasyconym rynku handlowym

PODEJŚCIE DO EKSPANSJI NA PRZYKŁADZIE MARKI FOOT LOCKER

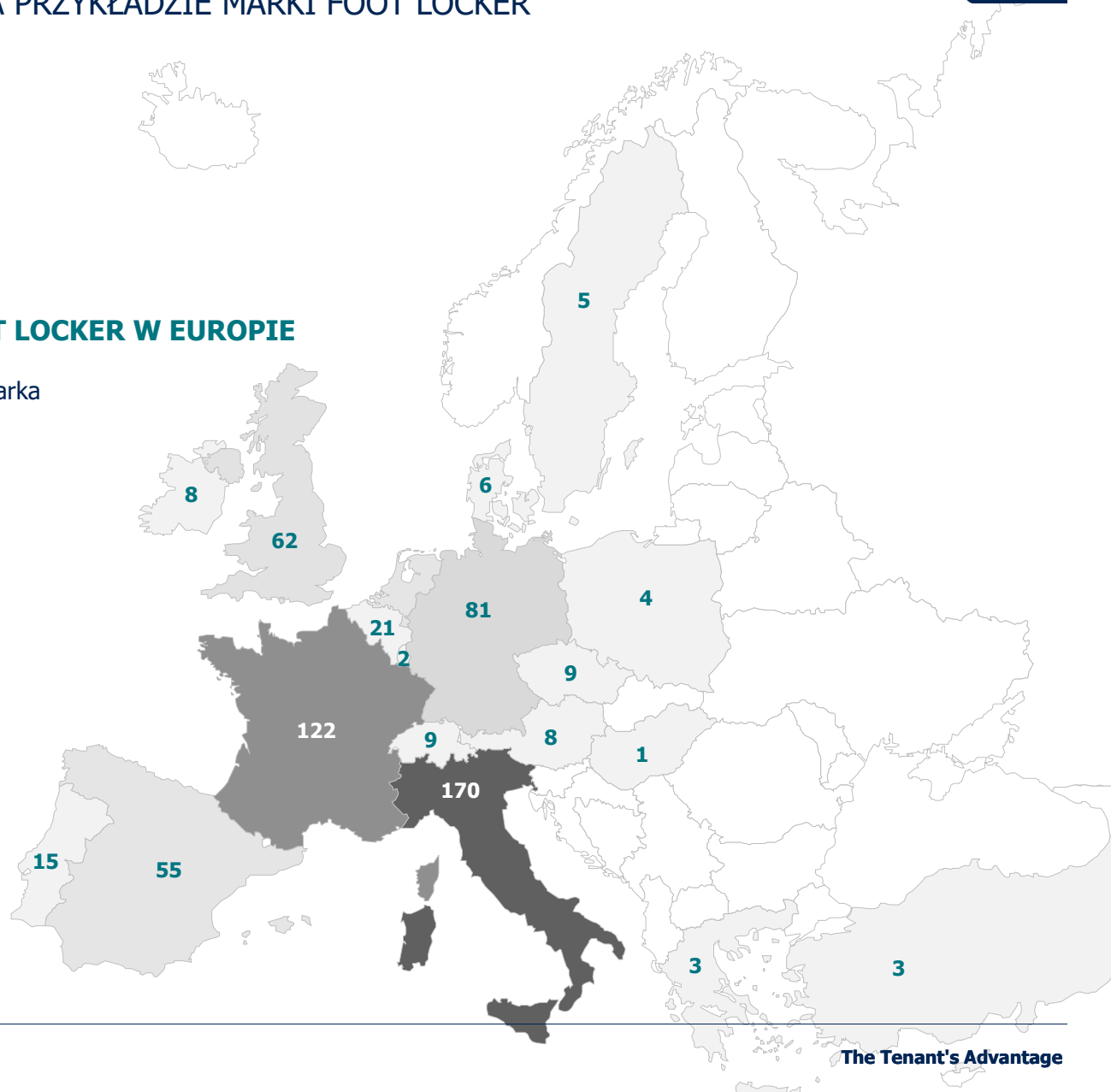


Foot Locker

LICZBA SKLEPÓW MARKI FOOT LOCKER W EUROPIE

- Największa i najbardziej popularna marka odzieży sportowej w Europie
- 19 krajów
- 180 mln odwiedzających rocznie
- 627 sklepów (wzrost o 8 od 2014 r.)

Sklepy



Sukces najemcy na nasyconym rynku handlowym

PODEJŚCIE DO EKSPANSJI NA PRZYKŁADZIE MARKI LPP

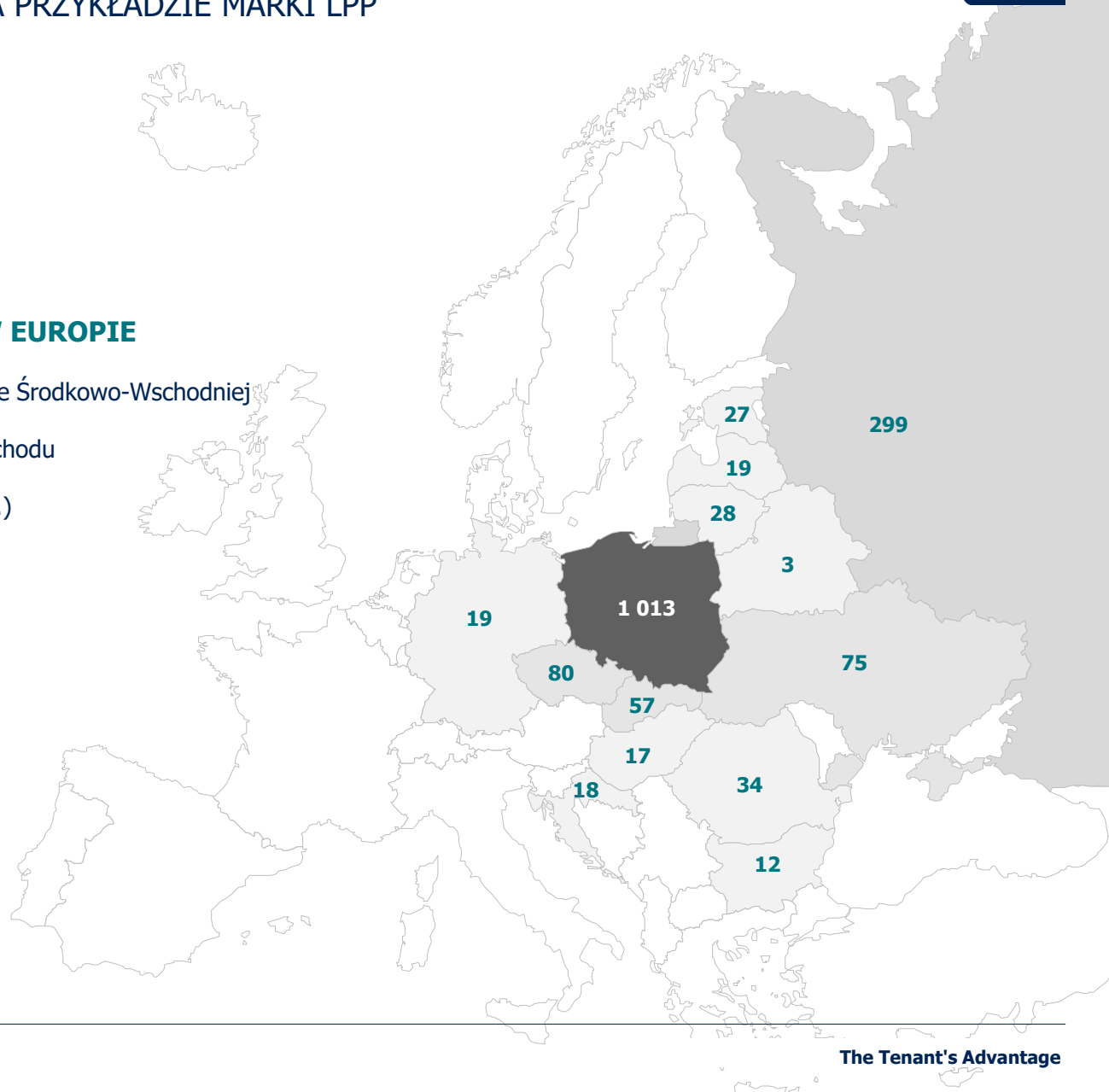


LPP

LICZBA SKLEPÓW SIECI LPP W EUROPIE

- Największa firma odzieżowa w Europie Środkowo-Wschodniej
- 19 krajów Europy, Azji i Bliskiego Wschodu
- 1703 sklepów (wzrost o 12 od 2014 r.)
- Blisko 1 mln powierzchni najmu

Sklepy



Sukces najemcy na nasyconym rynku handlowym

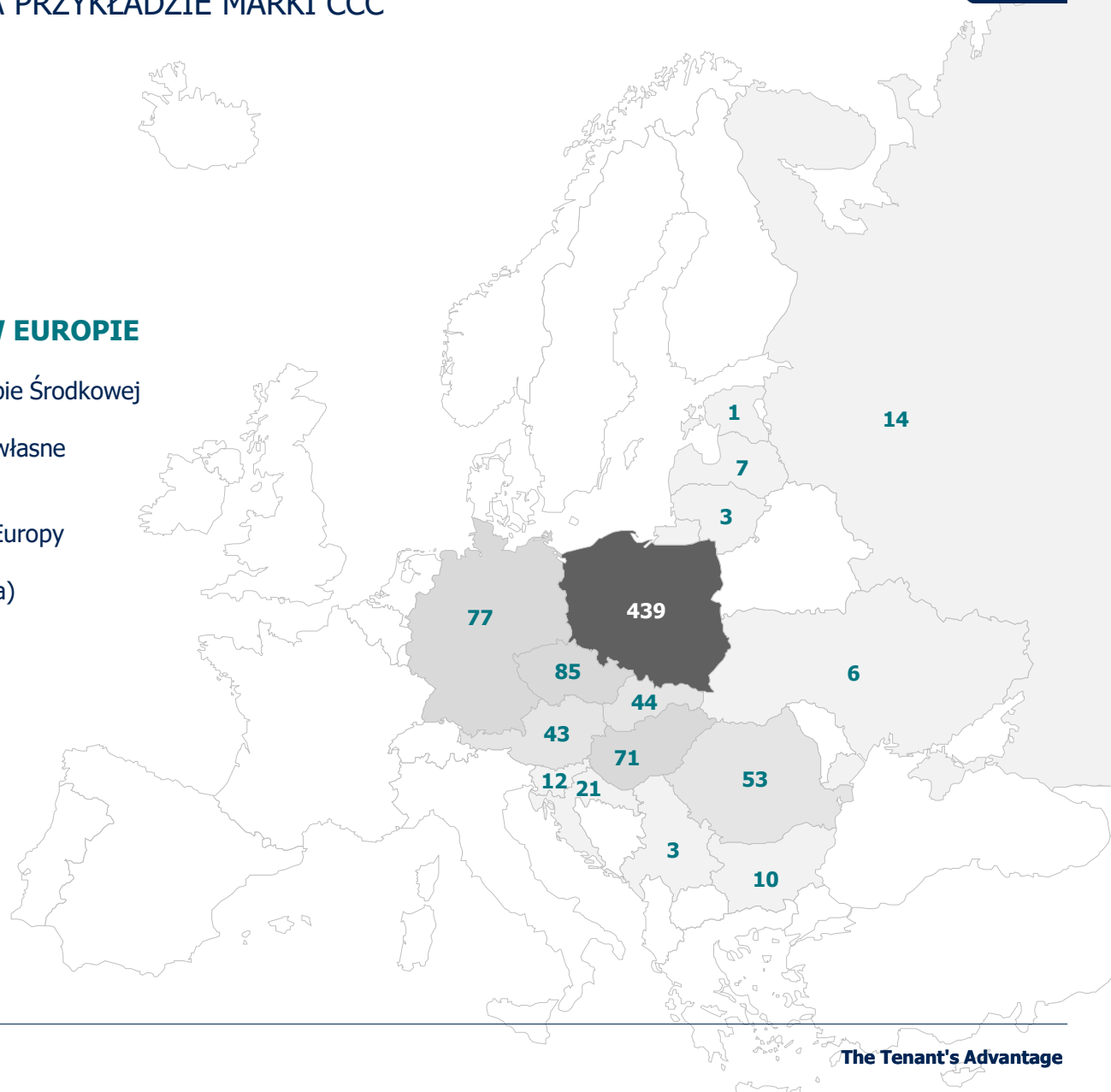
PODEJŚCIE DO EKSPANSJI NA PRZYKŁADZIE MARKI CCC



LICZBA SKLEPÓW SIECI CCC W EUROPIE

- Największa spółka obuwnicza w Europie Środkowej
- Unikatowy model biznesowy – marki własne offline/multibrand online
- Dynamiczna ekspansja w 17 krajach Europy
- 889 sklepów (w tym 70 jako franczyza)
- Blisko 0,5 mln powierzchni najmu

Sklepy



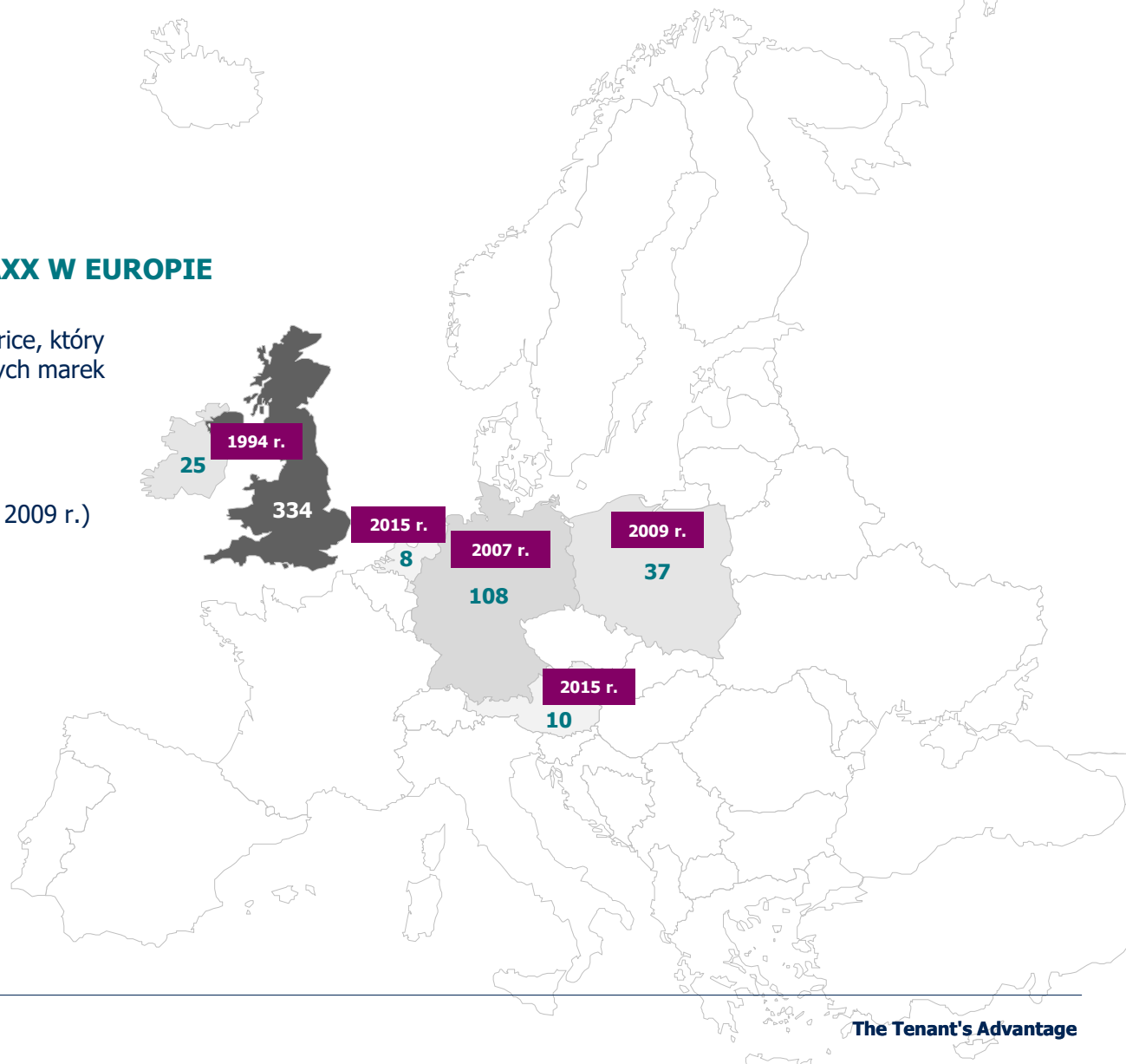
Sukces najemcy na nasyconym rynku handlowym

PODEJŚCIE DO EKSPANSJI NA PRZYKŁADZIE MARKI TK MAXX



LICZBA SKLEPÓW SIECI TK MAXX W EUROPIE

- Koncepcja firmy oparta o model off-price, który polega na sprzedaży produktów znanych marek i projektantów po okazjnych cenach
- Obecność w 6 krajach Europy
- 522 sklepy (blisko 2-krotny wzrost od 2009 r.)
- Blisko 0,5 mln powierzchni najmu



Sklepy



8

334

Sukces najemcy na nasyconym rynku handlowym

ZMIANA ZASAD KSIĘGOWANIA UMÓW NAJMU – OGRANICZENIE EKSPANSJI?



Linie lotnicze



Handel



Turystyka i Wypoczynek



Transport



Telekomunikacja



Energetyka



Media



IT



Zdrowie i uroda



£8.6mld

£17.6mld

WZROST ZADŁUŻENIA NETTO TESCO

ZMIANA W STYCZNIU 2019 ROKU

Sukces najemcy na nasyconym rynku handlowym

ZMIANA ZASAD KSIĘGOWANIA UMÓW NAJMU – OGRANICZENIE EKSPANSJI?

	Obecny standard MSR 17 / US GAAP		Nowy standard MSSF 16 / US GAAP
	LEASING FINANSOWY	LEASING OPERACYJNY	WSZYSTKIE UMOWY LEASINGOWE
Aktywa		—	
Zobowiązania	£ \$ €	—	 £ \$ €
Zobowiązania pozabilansowe			

Wyjątki:

1. Krótkoterminowe umowy leasingu < 1 rok
2. Umowy leasingu dla aktywów o niskiej wartości < \$5,000

Szymon Łukasik

Head of Retail

+ 48 695 340 262

szymon.lukasik@cresa.com

Bolesław Kołodziejczyk

PhD, MBA, MRICS

Head of Research & Advisory

+ 48 661 111 070

boleslaw.kolodziejczyk@cresa.com



Warsaw Financial Center
ul. Emilii Plater 53
00-113 Warszawa
biuro: +48 22 470 70 70
cresa.com

