BAZA WIEDZY
INDEKS OBROTÓW PRCH
PRCH TURNOVER INDEX

PRCH Turnover Index

October 2017

PRCH Footfall Trends Index

November 2017

POLSKA RADA CENTRÓW HANDLOWYCH
POLISH COUNCIL OF SHOPPING CENTRES

Komentarz wyników

- Średnia z obrotów we wszystkich analizowanych kategoriach wyniosła w październiku 841 PLN/mkw – to o 11,1% mniej niż w analogicznym miesiącu 2016 roku oraz o prawie 5% mniej niż w miesiącu poprzednim
- Zmiana skumulowana wyniosła 2,2%, co oznacza, że raportowane centra handlowe zanotowały wyższe o 2,2% obroty za cały okres styczeń-październik 2017 niż w tym samym okresie w roku ubiegłym
- Póki co, średnia roczna sprzedaż na mkw wynosi mniej niż w latach poprzednich (-2,1%) – nadal jednak przed nami miesiące notujące najwyższe obroty – listopad-grudzień, które znacząco mogą wpłynąć na zawyżenie średnich obrotów rocznych
- Natomiast średnia obrotów we wszystkich kategoriach w porównaniu do analogicznych okresów lat poprzednich wzrosła o 2%
- Zdecydowanie najwyższe obroty występują w kategorii Usługi. Notuje ona 15% wzrost wobec poprzedniego miesiąca i prawie 20% wzrost wobec roku ubiegłego.
- Spośród wszystkich 8 kategorii tylko 3 notują wzrosty w odniesieniu do roku ubiegłego – Rozrywka, Restauracje/kawiarnie oraz Usługi
- Średni wskaźnik odwiedzalności dla centrów handlowych wyniósł w październiku ponad 370 tysięcy osób i spadł w porównaniu do poprzedniego miesiąca. Wynik ten jest również nieco niższy wobec wyniku za październik 2016 roku (-0,3%).

Data's commentary

- *Average Turnover for all 8 categories in October 2017 comes to 841 PLN/sqm – it is 11,1% less according to October 2016*
- *Cumulative change grown to 2,2% which means that shopping centres reached higher turnover for January-October 2017 than for the same period last year*
- *Average annual turnover is lower than last year (-2,1%). It is probably because of uncoming December which usually gets the highest turnover value and naturally increases annual average's value.*
- *Average for all categories is 2% higher according to previous year*
- *We can see that the fastest growing category is Services – its' average annual turnover grows to 3 010 PLN/sqm. It is 15% more than last month and almost 20% more then previous year.*
- *In all 8 categories – we can see that only 3 of them grows - it is Entertainment, Restaurants/Cafes/Fast Food/Food court and Services*
- *Average Footfall Index for October 2017 reached more than 370 ths people per panel shopping centre – less then previous month. It's also a 0,3% less than in October 2016 (YoY change 2016/2017).*

Turnover Index – uczestnicy projektu na tle rynku

Turnover Index – partcipants in polish retail market

Table 2.1. Shopping centres reported as a part of Polish retail market

	N of centres	GLA (mio sqm) in stock	GLA reported (mio sqm)**
General information			
Poland total*	487	11,20	-
Small & medium SC (5000-39999 sqm GLA)	411	6,89	-
Large & Very large SC (40000+ sqm GLA)	76	4,31	-
Turnover Index (current month)			
Total	92	3,73	2,23
Small & Medium SC	56	1,55	0,94
Large & Very large SC	36	2,19	1,29
Market coverage			
Total	18,9%	33,3%	19,9%
Small & Medium SC	13,6%	22,5%	13,7%
Large & Very large SC	47,4%	50,8%	29,9%

** conventional shopping centres and retail parks formats (without outlet centres)*

*** Disparities between GLA in stock and reported stem from the fact that some tenants from the centres taking part in the Index – especially anchor tenants like hypermarkets – do not report their turnovers*

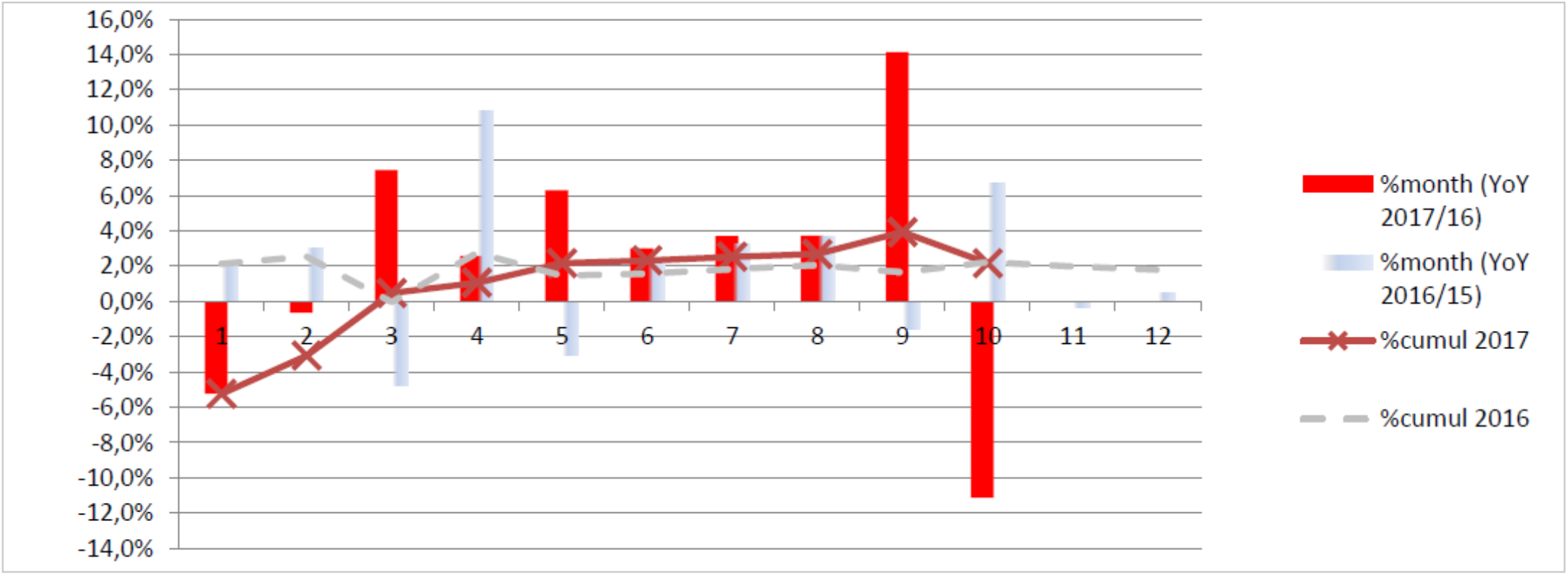
Wskaźnik Turnover Index obejmuje 92 centra handlowe na terenie Polski, co stanowi ponad 33% całkowitej powierzchni GLA centrów handlowych w Polsce*. Liczba ta jednak stale się powiększa./*Turnover Index reports 92 shopping centres in Poland which is more then 33% of whole number of shopping centres in Poland. The number of participants is still growing.*

* tradycyjne centra handlowe oraz parki handlowe (bez outletów)/*conventional shopping centres and retail parks formats (without outlet centres)*

Turnover Index - wszystkie kategorie, zmiana „YoY”

Turnover Index – all categories, Year-on-Year change

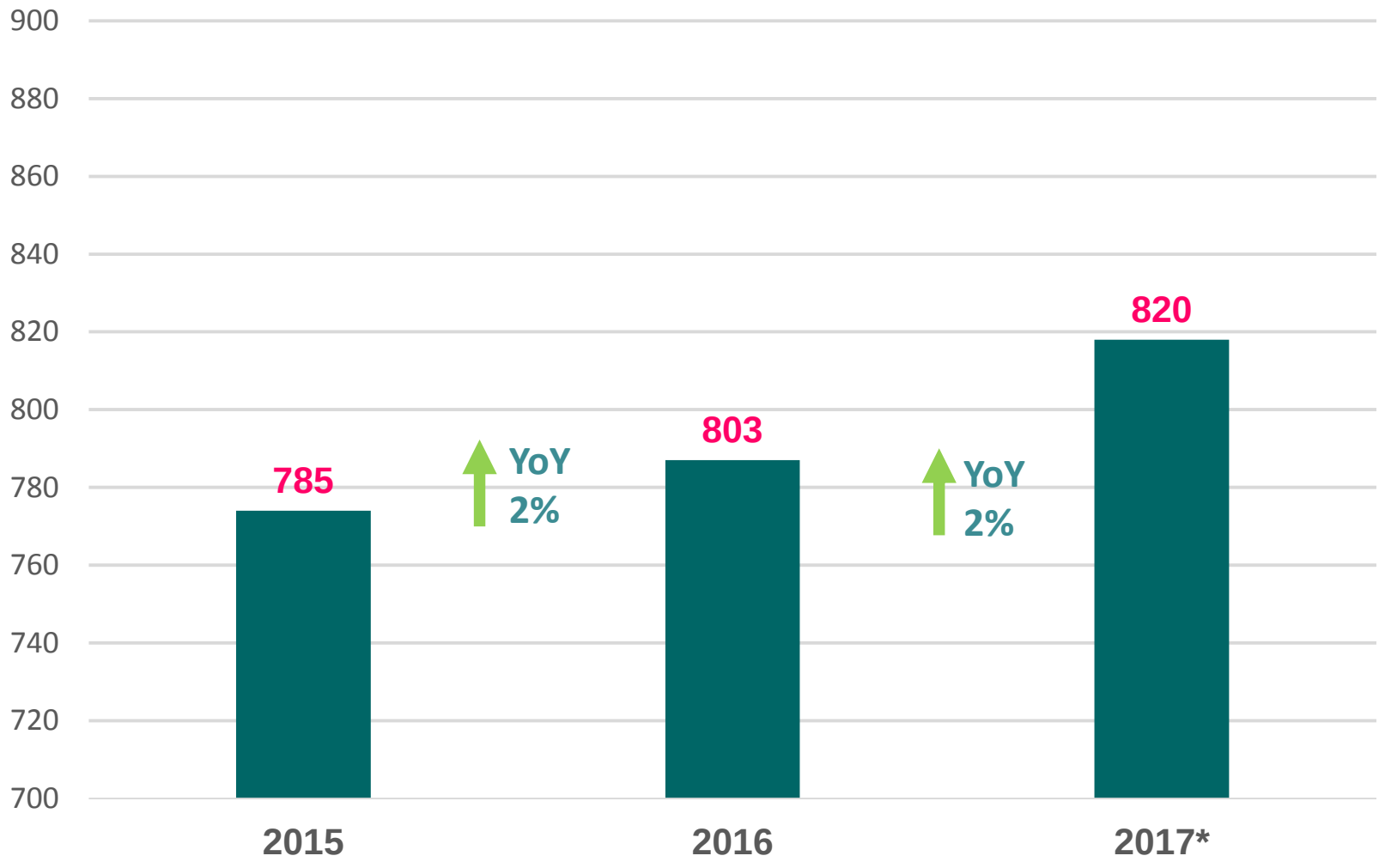
Graph 1.2. Turnover Index – Poland, all retail categories, Year-on-year change 2017/16 and cumulative Year-to-Date change 2017/16 compared with previous year



% month (YoY 2017/16)/zmiana rok do roku 2017/2016	**-11,1%**
% cumul 2017/zmiana skumulowana styczeń-październik 2017 wobec analogicznego okresu 2016	2,2%
12 month-cumul change 2017/16/zmiana skumulowana z ostatnich 12 miesięcy wobec poprzednich 12 miesięcy	1,8%

Średni obrót miesięczny 2015-2017 – PLN/mkw GLA

Average month Turnover 2015 – 2017 – PLN/sqm GLA

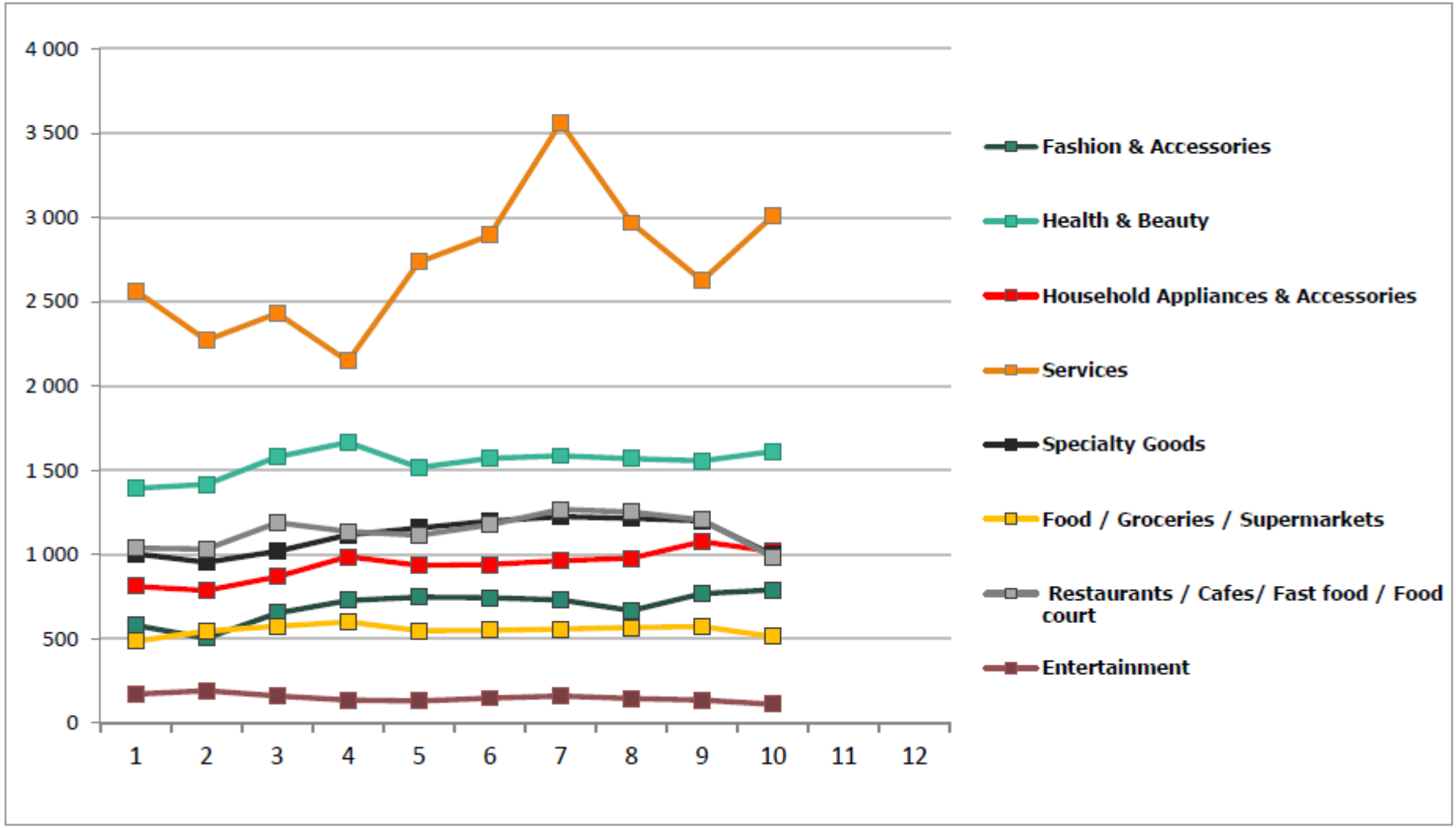


* Średnie z poszczególnych lat w analogicznym okresie styczeń-październik/ *Average from January-October each year*

Dynamika obrotów miesięcznych – kategorie sklepów, zmiana YTD 2017/2016

Turnover Index – retail categories, YTD 2017/2016

Graph 1.6. – Turnover Index – Poland, retail categories, PLN net/sqm, 2017



Średni obrót miesięczny* – kategorie sklepów, PLN/mkw GLA

Average month Turnover – retail categories, PLN/sqm GLA

BAZA WIEDZY
INDEKS OBROTÓW PRCH
PRCH TURNOVER INDEX

Moda i Akcesoria
Fashion & Accessories
695 PLN

Zdrowie i Uroda
Health & Beauty
1 553 PLN

Dom i Wnętrze
Household Appliances & Accessories
939 PLN

Usługi
Services
2 713 PLN

Artykuły specjalistyczne
Specialty goods
1 131 PLN

Rozrywka
Entertainment
153 PLN

Żywność
Food/Groceries
551 PLN

Restauracje/kawiarnie
Restaurants/Cafes/Fast Food/Food court
1 162 PLN

* Średnia z roku 2017 obejmuje dane za okres styczeń-październik 2017/ *Average 2017 based on data from January till October 2017*

Wzrost/spadek wartości YoY 2016/2017
YoY growth/decrase 2016/2017

Kategorie sklepów – szczegóły

Retail categories – more details

Moda i Akcesoria - moda męska, damska, dziecięca, moda sportowa, obuwie, galanteria skórzana
Fashion & Accessories *- women's fashion, men's fashion, children's fashion, fashion – mixed, shoes, lingerie, leather accessories, sport's wear*

Zdrowie i Uroda - apteki, perfumerie, optycy, salony urody
Health & Beauty *- pharmacy, perfumery, optician, beauty salon, drugstore;*

Dom i Wnętrze - artykuły dekoracyjne, wyposażenie domu, meble, sprzęt RTV
Household Appliances & Accessories *- home decoration, furniture, homeware, RTV equipment, home accessories;*

Usługi - operatorzy telefonii, telewizji, pralnie, usługi obuwnicze, biura podróży, kwiaciarnie, kantory walut
Services *- telephone operators, TV operators, dry cleaners, shoe repairs, travel agencies, florist, currency exchange;*

Artykuły specjalistyczne - biżuteria, zegarki, artykuły dla zwierząt, artykuły fotograficzne, zabawki, sprzęt sportowy, prasa, księgarnie
Specialty goods *- culture goods, jewellery & watches, pet shops, photography, gifts, mobile phones, toys, sports' equipment, luggage & bags, press, bookstores*

Żywność - sklepy z żywnością z wyłączeniem hipermarketów
Food/Groceries *- food shops excluding hiper and supermarkets*

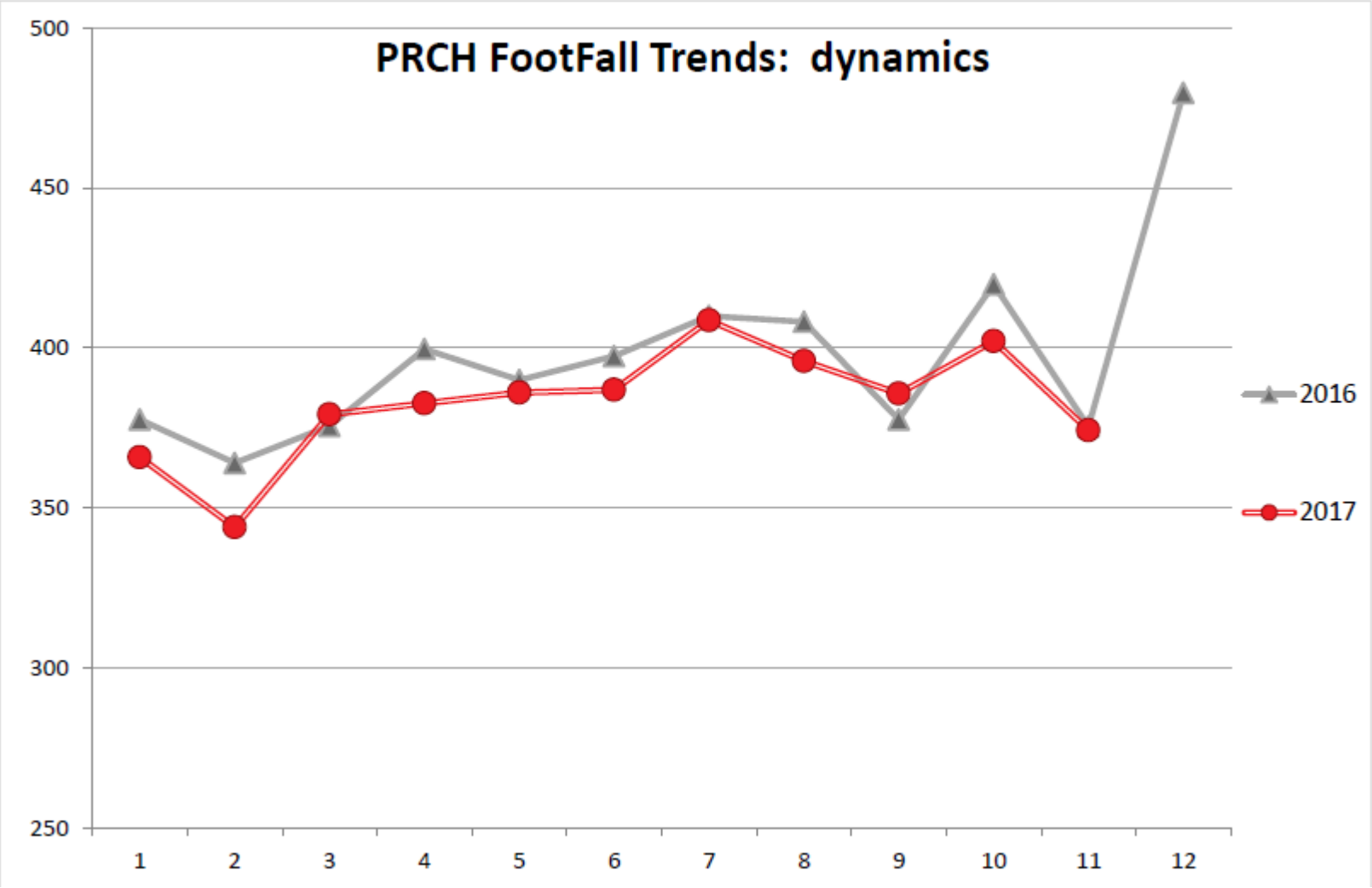
Restauracje/kawiarnie
Restaurants/Cafes/Fast Food/Food court

Rozrywka - kina, kluby fitness, kręgle, sale zabaw
Entertainment *- cinemas, fitness, bowling; childrens' playgrounds*

Footfall Trends Index – dynamika 2016-2017, dane w tys.

Footfall Trends Index – dynamics 2016-2017, data in thousands

Graph & Table 1. **Footfall index for relevant month of revelant year in thousands calculated on Panel Centres (LtL) quantity per Panel Centres reported**



PEŁNY RAPORT PRCH DATABASE

Full PRCH Database Report

BAZA WIEDZY
INDEKS OBROTÓW PRCH
PRCH TURNOVER INDEX

W pełnym comiesięcznym raporcie dostępnym dla uczestników badania znajduje się szereg bardziej szczegółowych, przydatnych dla branży danych. Zapraszamy do dołączenia do naszego projektu. */In full monthly PRCH Database Report you can also find more particular data necessary to retail market. We encourage to join our Project.*

TURNOVER INDEX

KATEGORIE SKLEPÓW OGÓŁEM
All categories

Ogółem dla wszystkich 8 kategorii: wartości oraz dynamika
All 8 categories: values and dynamics

Kategorie ogółem w podziale na 6 regionów (NUTS1)
All categories by region

Kategorie ogółem w podziale na 8 aglomeracji
All categories by 8 agglomerations

Kategorie ogółem w podziale na wielkość centrum handlowego (małe/średnie i duże/bardzo duże)
All categories by center size (small/medium and large/verytlarge)

POSZCZEGÓLNE KATEGORIE
Each category

Dla każdej z 8 kategorii: wartości + dynamika (YoY, Ytd, zmiana skumulowana)
For each category: values and dynamics (YoY, YtD, cumulative change)

Każda kategoria w podziale na 6 regionów (NUTS1)
Each category by region (6 regions)

Każda kategoria w podziale na 8 aglomeracji
Each category by agglomeration (8 agglomerations)

FOOTFALL TRENDS INDEX

WSZYSTKIE CENTRA PANELOWE
All pamel centres

Footfall Trends ogółem: wartości i dynamika
Footfall Index: values and dynamics

Footfall Trends w podziale na wielkość centrum handlowego (małe/średnie i duże/bardzo duże)
Footfall Trends by center size (small/medium and large/very large)

Footfall Trends w podziale na 8 aglomeracji
Footfall Trends by agglomeration (8 agglomerations)

Footfall Trends YoY Density Index
Footfall Trends YoY Density Index

O PRCH DATABASE

About PRCH DATABASE

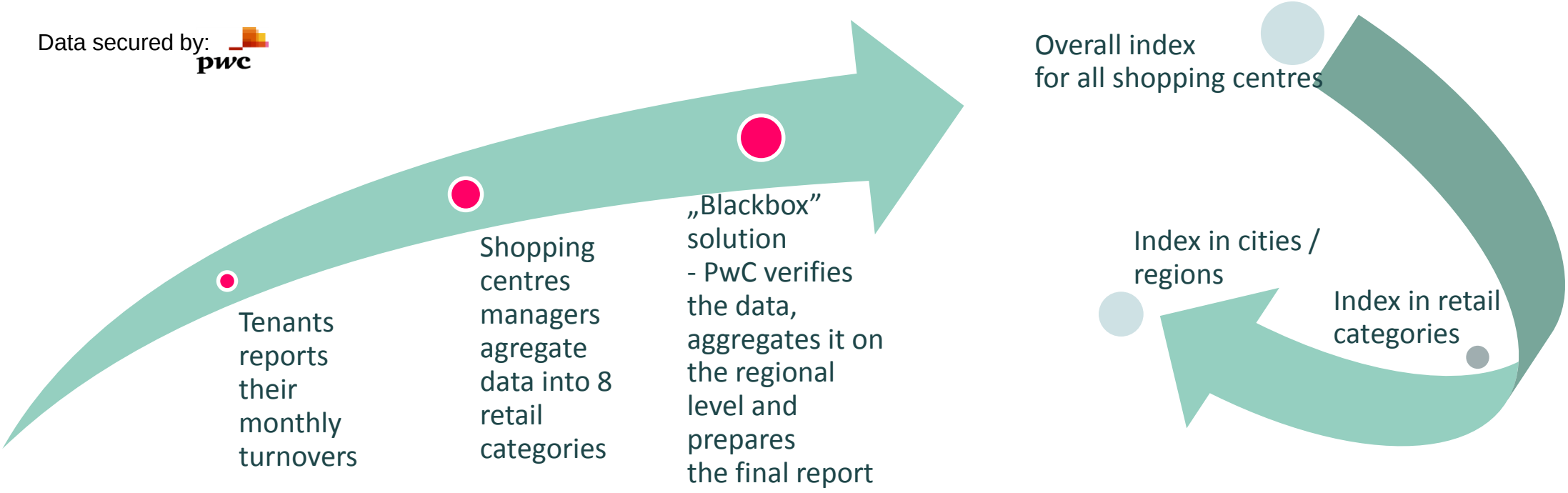
Turnover Index

Miesięczny indeks obrotów netto na mkw powierzchni handlowo-usługowej w 92 polskich centrach handlowych/ *Monthly index of net sales turnover (PLN / sqm) in 92 shopping centres in Poland*

Footfall Trends

Ukazuje dynamikę odwiedzin klientów w 65 polskich panelowych centrach handlowych prezentując dynamikę odwiedzin klientów miesiąc do miesiąca oraz rok do *roku/ Monthly index includes data of average footfall for 65 Panel Centres, which were selected from total of 79 centres reporting on monthly basis.*

Data secured by: pwc



PORÓWNANIE ZAWARTOŚCI *COMPARISON OF BENEFITS*

PEŁEN RAPORT PRCH DATABASE DLA UCZESTNIKÓW RAPORTUJĄCYCH DANE		**SKRÓTOWA PREZENTACJA** DLA WSZYSTKICH CZŁONKÓW PRCH	
Full PRCH Database Report (for Participants reporting data)		***Monthly Brief for all PRCH Members***	
Wyniki Rok-do-Roku i Year-to-Date	✔	✔	Current YOY & YTD results
Wykresy dla wyników ogólnych	✔	✔	Charts for general indexes
Pliki excel z kompletem danych historycznych	✔	–	Complete historical data in Excel files
Raportowane centra w odniesieniu do całego rynku centrów handlowych w Polsce	✔	✔	Statistics on market coverage: Shopping centres reported as a part of Polish retail market
Osiem kategorii handlowych: raportowane GLA i średnie roczne obroty	✔	–	Eight retail categories: reported GLA and average annual turnover
Turnover Index w kategoriach handlowych	✔	–	Turnover Index in retail categories overview
Wyniki kategorii w podziale na 6 regionów	✔	–	Turnover in retail categories per 6 regions
Wyniki kategorii w podziale na 8 aglomeracji	✔	–	Turnover in categories per 8 agglomerations
PRCH Turnover Index w podziale wg wielkości centrów	✔	–	PRCH Turnover Index by shopping centre size
PRCH Footfall Trends w podziale wg wielkości centrów	✔	–	PRCH Footfall Trends by shopping centre size
Lista centrów raportujących	✔	–	List of shopping centres reported
Do pobrania z bezpiecznego zewnętrznego serwera	✔	–	Downloadable for verified users from secure external server
Wyłączny dostęp dla wszystkich członków PRCH	✔	✔	For all and only PRCH Members
Miesięczny koszt uczestnictwa 1300 zł + VAT	✔	–	Monthly cost 1300 PLN + VAT

ZAPRASZAMY DO KONTAKTU

BAZA WIEDZY
INDEKS OBROTÓW PRCH
PRCH TURNOVER INDEX

Anna Zachara-Widła
Research Projects Coordinator
azachara-widla@prch.org.pl
519 075 049

Anna Piaskowska
Education & Research Manager
apiaskowska@prch.org.pl
695 669 659

POLSKA RADA
CENTRÓW HANDLOWYCH
POLISH COUNCIL
OF SHOPPING CENTRES

UWAGI I ZASTRZEŻENIA

Raporty Indeks Obrotów PRCH są publikowane co miesiąc i udostępniane na zasadach członkowskich Polskiej Rady Centrów Handlowych (Baza Wiedzy na www.prch.org.pl).

Wszelkie kopiowanie lub publikowanie może odbywać się jedynie za zgodą PRCH. Raport może podlegać szczególnym warunkom w zakresie publikacji informacji, ustanawianym przez osoby trzecie.

Niniejszy dokument 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 PwC 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 dotyczy wyłącznie współczynnika obrotów sprzedaży netto (bez VAT) z zaraportowanej w danym miesiącu powierzchni GLA z ograniczonej bazy spośród centrów handlowych w Polsce. Wielkość powierzchni raportowanej oraz liczba centrów może być różna w różnych miesiącach.

DISCLAIMER

PRCH Turnover Index reports are published monthly and distributed to members of Polish Council of Shopping Centers on PRCH Database website (http://www.prch.org.pl/baza-wiedzy/indeksy/).

No part of this publication may be reproduced or published without the consent of the PRCH. The report may be subjected to special conditions of information publication of pieces of information specified by third parties.

The report contains information believed to be accurate and complete. Despite due care taken to ensure full accuracy of the information, neither the PRCH nor PwC accept any liability if the information proves inaccurate or incomplete, or make any warranty or representation, express or implied, as to the accuracy or completeness of the information contained in this report. The report may contain errors or omissions.

The report covers only turnover index of net sales (i.e. without VAT) of the reported GLA from limited number of shopping centres in Poland. The size of the reported area and number of centres included may differ from month to month.