MIESIĘCZNY RAPORT NA TEMAT ODWIEDZALNOŚCI W CENTRACH HANDLOWYCH

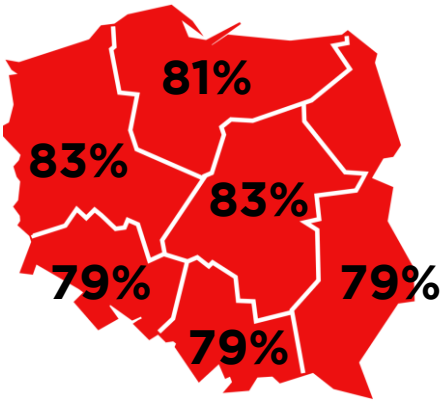
Czerwiec 2021

POLSKA RADA CENTRÓW HANDLOWYCH
POLISH COUNCIL OF SHOPPING CENTRES

81%

Średnia wartość odwiedzalności obiektów handlowych w czerwcu w porównaniu z wynikami w analogicznym okresie 2019 roku, kiedy centra prowadziły niezakłóconą przez pandemię działalność.

112% Czerwcowe wyniki odwiedzalności w porównaniu z czerwcem 2020 r.

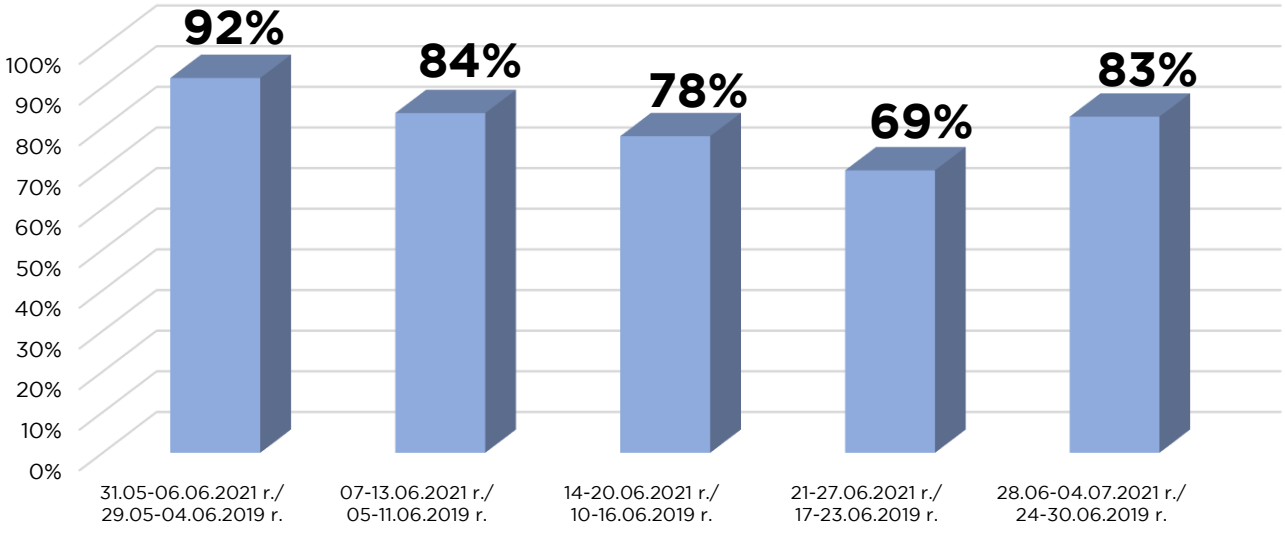


ODWIEDZALNOŚĆ W UJĘCIU REGIONALNYM

Średnie wyniki odwiedzalności centrów handlowych w zestawieniu z danymi z 2019 roku są bardzo wyrównane. **Klienci najchętniej wracają do galerii w regionach centralnym i północno-zachodnim.** Najsłabiej w zestawieniu wypadają egzekwo region południowo-zachodni, południowy i wschodni.

CZERWCOWA ODWIEDZALNOŚĆ W UJĘCIU TYGODNIOWYM

Zestawienie odwiedzalności 2021 i 2019



POLSKA RADA CENTRÓW HANDLOWYCH
POLISH COUNCIL OF SHOPPING CENTRES

25%

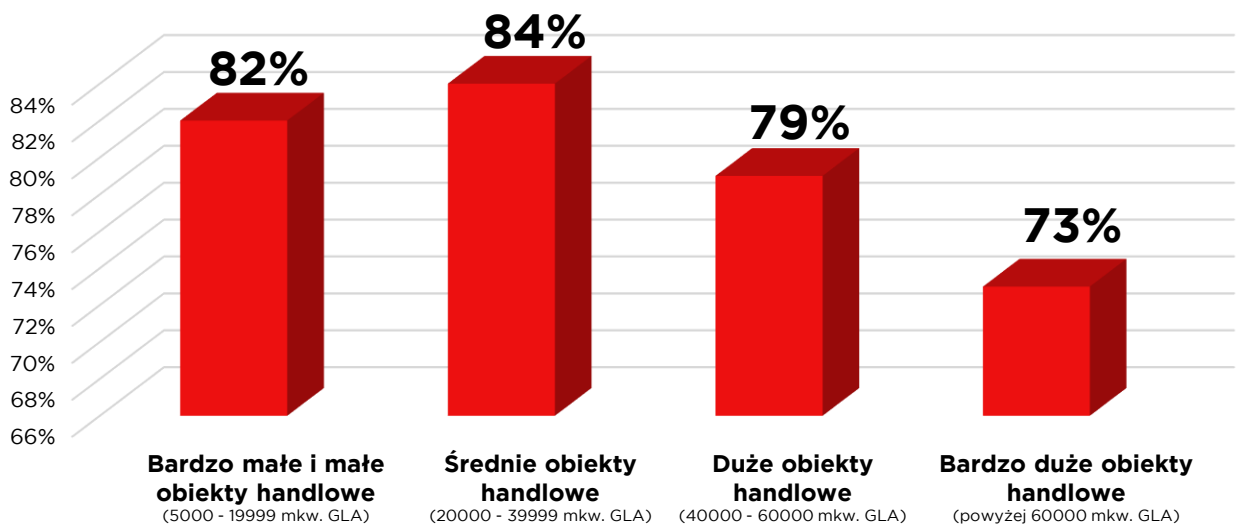
Klienci najchętniej robią zakupy w soboty. W czerwcu br. odwiedzalność obiektów handlowych w soboty była wyższa aż o ¼ w stosunku do pozostałych dni handlowych.

Sobota 12.06.2021 r.

Najlepszym dniem dla handlowców okazała się **sobota 12 czerwca** – wtedy w ciągu jednej doby każdą galerię odwiedziło średnio ponad 16 tys. klientów czyli o 13 proc. więcej niż w analogicznym dniu 2019 roku.

ŚREDNIA ODWIEDZALNOŚĆ W PODZIALE NA WIELKOŚCI OBIEKTÓW HANDLOWYCH

Zestawienie odwiedzalności z czerwca 2021 i 2019



Opracowanie na podstawie danych Polskiej Rady Centrów Handlowych

PRCH Daily Footfall Index – wskaźnik ukazujący odwiedzalność w obiektach handlowych w ujęciu dziennym. Projekt powołany do życia w wyniku kryzysu na rynku nieruchomości handlowych wywołanego przez pandemię COVID-19. Gromadzone dane pochodzą z 110 obiektów o łącznej powierzchni 4 mln m kw. GLA, stanowiącej 32% rynku centrów handlowych w Polsce.

***

Polska Rada Centrów Handlowych to wiodąca organizacja zrzeszająca ponad 200 firm działających w branży nieruchomości, miejsc handlu oraz usług. Stowarzyszenie not-for-profit działa na rzecz rozwoju branży, wspiera i reprezentuje członków w środowisku biznesowym, politycznym i społecznym w celu tworzenia nowoczesnych miejsc handlu, usług, kultury i unikatowych doświadczeń konsumenckich.