

# PRCH Retail Research Forum



PRCH RETAIL  
**RESEARCH  
FORUM**

Raport  
I poł. 2019  
H1 2019  
Report



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

Zdjęcie: Galeria Młociny

## Szanowni Państwo,

Z przyjemnością przekazujemy kolejną edycję raportu PRCH Retail Research Forum H1 2019.

Polska branża handlu zmienia się dynamicznie; z roku na rok tempo rozwoju przyspiesza. Dlatego szczególnie ważne jest, aby trzymać rękę na pulsie oraz rzetelnie gromadzić dane, które posłużą Państwu do formułowania wniosków. Wszystko po to, aby wnioski te zaowocowały maksymalnymi korzyściami dla biznesu i całej branży retail, o którą – w sposób szczególny – dba nasze Stowarzyszenie.

W tym roku wyzwaniem dla najemców w centrach handlowych (oraz dla samych centrów) był zakaz handlu w niedzielę – co też prognozowaliśmy rok wcześniej. Tzw. niedziele niehandlowe zaktywizowały branżę w kwestiach związanych z marketingiem i promocją, gdyż wzmocnione zostały sektory zakupów w piątki i soboty.

Mnóstwo czynników przyczynia się do konieczności poszukiwania nowych rozwiązań. Wiele zarządców obiektów handlowych podjęło decyzję o wprowadzeniu niestandardowych działań i urozmaiceń do oferty ostatniego dnia tygodnia. Jako ciekawostkę warto podkreślić fakt, że pytanie „czy najbliższa niedziela jest handlowa?” co piątek było jednym z najczęstszych zapytań w najpopularniejszej wyszukiwarce. Temat zaangażował wszystkich, ale jak poradziła sobie z nim branża retail?

To nie jedyne obszary w naszej branży, na które należy zwrócić uwagę. Zastępują na nie również budzące coraz więcej zainteresowania projekty rewitalizacji przestrzeni. Nowa energia w odmłodzonych przestrzeniach – Polacy pokochali ten trend.

W 2019 roku obserwujemy również znaczną aktywność w inwestycjach związanych z naszą branżą. Nie umknęło to naszej uwadze i znalazło odzwierciedlenie w naszych zestawieniach. W naszym raporcie znajdują Państwo odpowiedzi na kluczowe pytania, które mogą być podstawą do opracowania jeszcze efektywniejszych strategii dotarcia do konsumentów i wzrostu sprzedaży. Zdajemy sobie sprawę, że mają Państwo znacznie więcej kluczowych pytań, więc mam przyjemność oddać kolejny raport PRCH Retail Research Forum w Państwa ręce.

Edycję raportu RRF obejmującą dane za pierwszą połowę 2019 roku przekazujemy Państwu w całości w wersji elektronicznej.

Prosimy o zapoznanie się z nim i udostępnienie linka do treści na swoim profilu w LinkedIn z hashtagem #PRCHRRF – to pozwoli nam wzmocnić skuteczność dystrybucji – przede wszystkim z korzyścią dla Państwa. Warto dzielić się merytoryczną wiedzą, a gwarantujemy, że w niniejszej publikacji nigdy takiej nie zabraknie.

Dziękuję w imieniu Zespołu PRCH.

Zapraszam do lektury i podzielenia się wnioskami,  
**Anna Zachara-Widła**

Research & Education Manager, Polska Rada Centrów Handlowych



## Ladies and gentlemen,

We are pleased to announce the next edition of the PRCH Retail Research Forum H1 2019 report. The Polish retail sector is changing dynamically; the pace of development is accelerating year by year. Therefore, it is particularly important to keep the finger on the pulse and collect data that can be used to formulate conclusions. All this in order to ensure that these conclusions result in maximum benefits for business and the entire retail sector, which - in a special way - is taken care of by our Association.

This year's challenge for tenants in shopping centres (and for the centres themselves) was the ban on Sunday shopping, which we had predicted a year before. The so-called non-trading Sundays activated the industry on marketing and promotion issues, as the Friday and Saturday shopping segment has been strengthened.

A number of factors contribute to the need to search for new solutions. Many managers of retail schemes decided to introduce non-standard activities and diversifications to the offer on the last day of the week. It is worth noting that the question „is this Sunday a shopping Sunday?” was in the top queries in the most popular search engine every Friday. The topic got everyone involved, but how did the retail industry cope with it?

There are not the only important areas in our industry.

Another noteworthy trend is the space revitalization projects, which are becoming more and more popular. New energy in restored spaces - Poles loved this trend.

In 2019, we have also observed a significant activity in investments related to our industry. This has not escaped our attention and is reflected in our summaries. Our report has the answers to the key questions that may be the basis for even more effective strategies of reaching consumers and increasing sales. We are aware that you have many more important questions, so I am pleased to present the next report of the PRCH Retail Research Forum to you.

The entire edition of the RRF report covering the data for the first half of 2019 is available in electronic form. Please read it and provide a link to the content on your LinkedIn profile with the #PRCHRRF hashtag - this will allow us to improve the effectiveness of distribution - primarily to your benefit. It is worth sharing substantive knowledge, and we guarantee that this publication is as always full of such content.

I would like to thank you on behalf of the PRCH Team.

Enjoy the reading and feel free to share your thoughts,  
**Anna Zachara-Widła**

Research & Education Manager, Polish Council of Shopping Centres

Obserwuj nas również w Social Media (@prchorg), gdzie dzielimy się ciekawymi danymi oraz innymi informacjami ze świata branży retail. Śledź hashtag #PRCH



## Spis treści/Table of Contents

### WSTĘP 3

## 1. AKTUALNY STAN RYNKU CENTRÓW HANDLOWYCH W POLSCE 5

M. Czempińska, W. Wojtczak, K. Okoń, P. Pierkos, P. Dzikowska,  
M. Sadal, A. Zachara-Widła, D. Kowalska i M. Dziubińska

- 1.1 Wskaźniki makroekonomiczne 5
- 1.2 Nowoczesne zasoby handlowe w Polsce 5
- 1.3 Wskaźnik powierzchni do wynajęcia 7
- 1.4 Nowa podaż i powierzchnie handlowe w budowie 8
- 1.5 Nasycenie powierzchnią centrów handlowych oraz siła nabywcza 9
- 1.6 Transakcje inwestycyjne na rynku centrów handlowych w Polsce w I poł. 2019 r. 10
- 1.7 Indeks obrotów oraz odwiedzalności w centrach handlowych w I poł. 2019 r. 13

### AUTORZY 14

### UWAGI METODOLOGICZNE 17

### O PRCH RETAIL RESEARCH FORUM 18

### INTRODUCTION 3

## 1. CURRENT CONDITION OF THE RETAIL MARKET IN POLAND 5

M. Czempińska, W. Wojtczak, K. Okoń, P. Pierkos, P. Dzikowska,  
M. Sadal, A. Zachara-Widła, D. Kowalska i M. Dziubińska

- 1.1 Macroeconomic indicators 5
- 1.2 Stock of modern retail space in Poland 5
- 1.3 Vacancy rate 7
- 1.4 New supply and retail space under construction 8
- 1.5 Retail space density and purchasing power 10
- 1.6 Investment transactions in the retail market in Poland in H1 2019 10
- 1.7 Turnover index and footfall trends in shopping centres in H1 2019 13

### AUTHORS 14

### METHODOLOGICAL REMARKS 17

### ABOUT PRCH RETAIL RESEARCH FORUM 18



# 1 AKTUALNY STAN RYNKU CENTRÓW HANDLOWYCH W POLSCE

## CURRENT CONDITION OF THE RETAIL MARKET IN POLAND

M. Czempirska, W. Wojtczak, K. Okoń, P. Pieńkos, P. Dzikowska, M. Sadal, A. Zachara-Widła,  
D. Kowalska, M. Dziubińska

### 1.1. WSKAŹNIKI MAKROEKONOMICZNE / MACROECONOMIC INDICATORS



#### PKB / GDP

**55 051** PLN  
per capita

2018 r.



#### PKB 2019 / GDP 2019

wzrost o **4,4%** w porównaniu  
2018 r. - dane na II kwartał 2019  
increase do **4.4%** compared  
to 2018 - H1 2019



#### STOPA BEZROBOCIA REJESTROWANEGO REGISTERED UNEMPLOYMENT RATE

**5,3%**

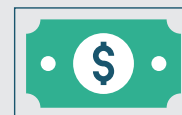
czerwiec / June 2019

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

**5 104,46** PLN

wzrost o **5,3%** wobec czerwca 2018 /  
increase by **5.3%** compared to June 2018

Czerwiec 2019 / June 2019



#### SPRZEDAŻ DETALICZNA / RETAIL SALES

wzrost o **3,7%** rok do roku  
(w cenach stałych) /  
increase by **3.7%** YoY (constant prices)

czerwiec / June 2019

Źródło: GUS / Source: GUS (Central Statistical Office)

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



#### ZASOBY / GLA IN STOCK

**12,29** mln m kw. GLA  
mln sqm GLA

wzrost o **2.9%** rok do roku /  
increase by **2.9%** YoY

Niemal **12,29 mln** powierzchni handlowej  
w 538 obiektach typu centra handlowe, parki  
handlowe i centra wyprzedażowe.

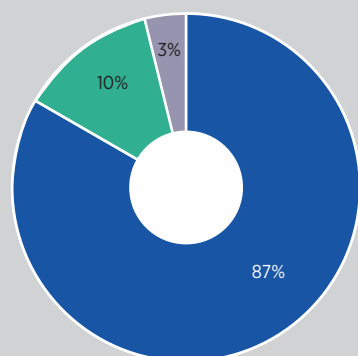
Nearly **12.29 mln** of retail space in 538 shopping  
centres, retail parks and outlet centres.

Źródło: PRCH Retail Research Forum / Source: PRCH Retail Research Forum

## Raport I poł. 2019 / H1 2019 Report

Ryc. 1. Struktura rynku w podziale na formaty I poł. 2019

Graph 1. Retail market by formats  
H1 2019

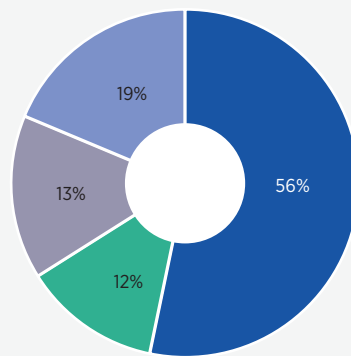


■ Centra handlowe / Shopping centres  
■ Parki handlowe / Retail parks  
■ Centra wyprzedażowe / Outlet centres

Źródło: PRCH Retail Research Forum, I poł. 2019 r.  
PRCH Retail Research Forum, H1 2019

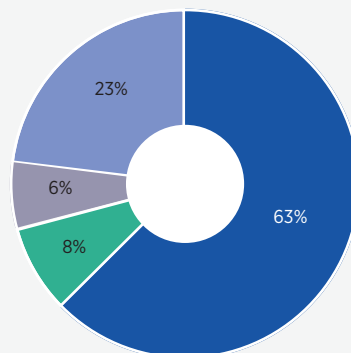
Ryc. 2. Struktura rynku w podziale na lokalizacje I poł. 2019.

Graph 2. Retail market by locations  
H1 2019



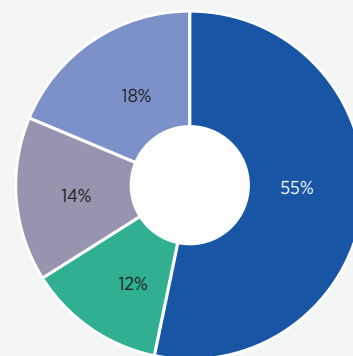
Ryc. 4. Parki handlowe wg lokalizacji I poł. 2019

Graph 4. Retail parks by locations  
H1 2019



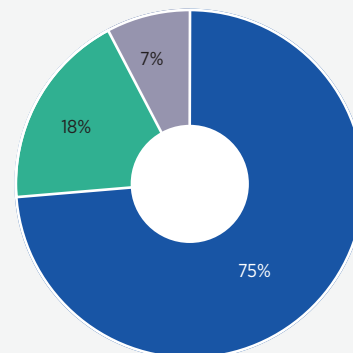
Ryc. 3. Centra handlowe wg lokalizacji I poł. 2019.

Graph 3. Shopping centres by locations  
H1 2019



Ryc. 5. Centra wyprzedażowe wg lokalizacji I poł. 2019

Graph 5. Outlet centres by locations  
H1 2019



■ Osiem największych aglomeracji / Major agglomerations  
■ Miasta 200 000-400 000 mieszkańców / Cities 200,000-400,000 inhabitants  
■ Miasta 100 000-200 000 mieszkańców / Cities 100,000-200,000 inhabitants  
■ Miasta poniżej 100 000 mieszkańców / Cities under 100,000 inhabitants

Źródło: PRCH Retail Research Forum, I poł. 2019 r.  
PRCH Retail Research Forum, H1 2019



ZASOBY / GLA IN STOCK

**12,29** mln m kw. GLA  
mln sqm GLA



POWIERZCHNIA W BUDOWIE  
SUPPLY UNDER CONSTRUCTION

**338 700** m kw. GLA  
sqm GLA



WSKAŹNIK PUSTOSTANÓW  
VACANCY RATE

**3,6** %



POWIERZCHNIA ODDANA DO  
UŻYTKU W I POŁ. 2019 / AREA  
OPENED IN H1 2019

**168 663** m kw. GLA  
sqm GLA



WSKAŹNIK NASYCENIA  
POWIERZCHNIĄ HANDLOWĄ  
RETAIL SPACE DENSITY

**319** m kw. GLA / 1 000 mieszkańców  
sqm GLA / 1 000 inhabitants

Źródło: PRCH Retail Research Forum / Source: PRCH Retail Research Forum

### 1.3 WSKAŹNIK PUSTOSTANÓW

Wśród ośmiu głównych aglomeracji najwięcej pustostanów odnotowano w Łodzi (6,6%), Poznaniu (5,6%), Krakowie (4,9%) i Trójmieście (4,7%), a najmniej w Szczecinie (1,0%), konurbacji Katowic (2,5%) i w Warszawie (2,7%).

Na rynkach mniejszych miast o populacji 200-400 tys. mieszkańców poziom powierzchni niewynajętej pozostał bez zmian w stosunku do końca 2018 r. i wyniósł średnio 3,2%. Wśród tej kategorii miast najwyższy wskaźnik pustostanów zanotowano w Częstochowie 7,1%, a najniższy w Toruniu 1,2%.

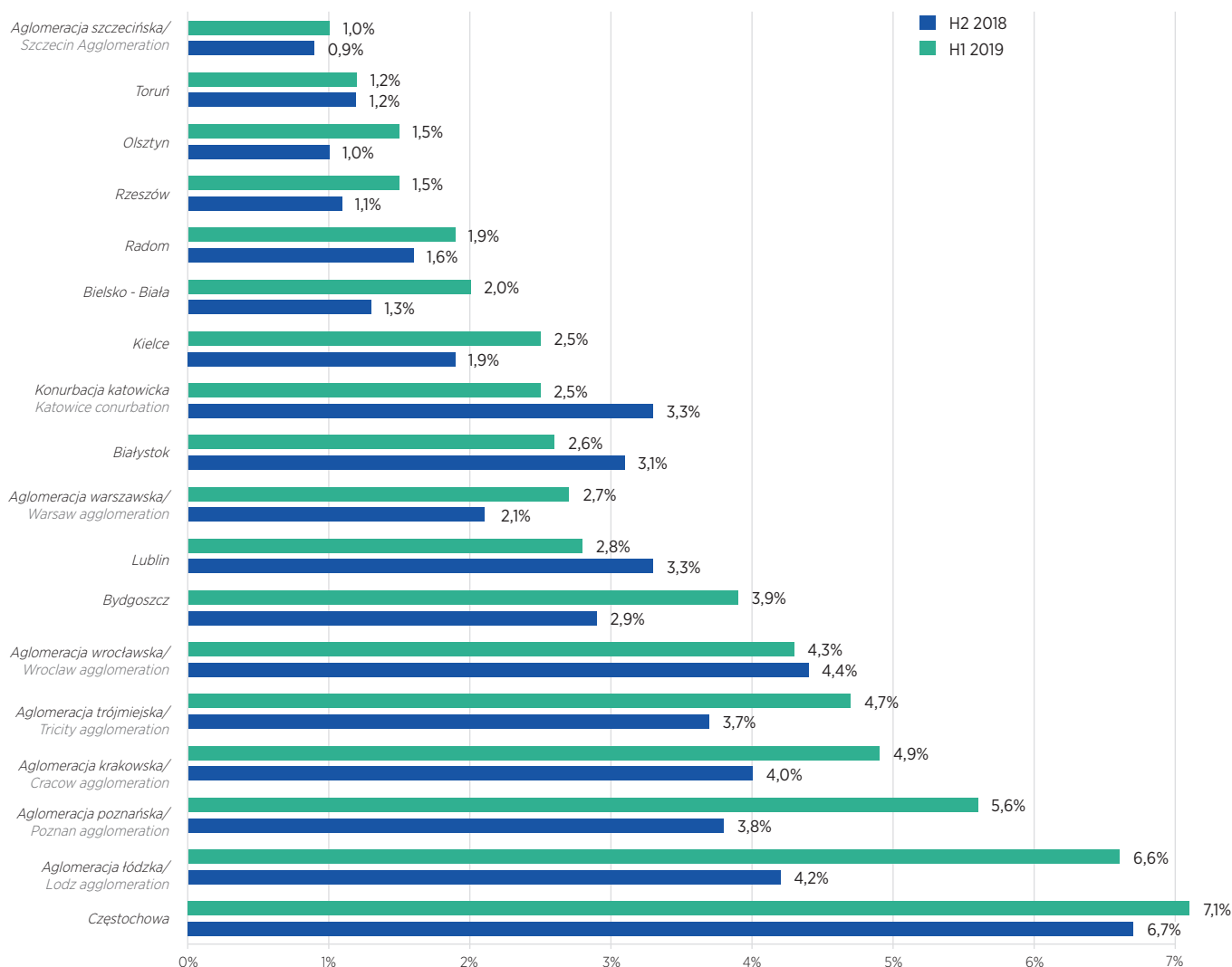
### 1.3 VACANCY RATE

Among the eight main agglomerations, the highest vacancy rate was recorded in Łódź (6.6%), Poznań (5.6%), Kraków (4.9%) and Tri-City (4.7%), and the lowest one in Szczecin (1.0%), Katowice conurbation (2.5%) and Warsaw (2.7%).

In smaller cities with a population of 200,000–400,000 inhabitants, the vacancy rate remained unchanged compared to the end of 2018 and amounted to 3.2% on average. In this category of cities, the highest vacancy rate was recorded in Częstochowa – 7.1%, and the lowest in Toruń – 1.2%.

Ryc. 6. Wskaźnik pustostanów na głównych rynkach handlowych w Polsce (I poł. 2019/II poł. 2018)

Graph 3. 6. Vacancy rate in major retail markets in Poland (H1 2019/H2 2018)



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

## Raport I poł. 2019 / H1 2019 Report

### 1.4. NOWA PODAŻ I POWIERZCHNIE HANDLOWE W BUDOWIE / NEW SUPPLY AND RETAIL SPACE UNDER CONSTRUCTION



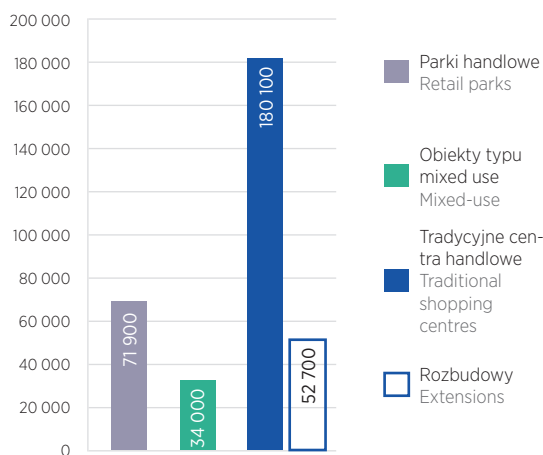
**168 663 m kw. GLA**  
**sqm GLA**

powierzchnia oddana do użytku w I poł. 2019  
area opened in H1 2019

**338 700 m kw. GLA**  
**sqm GLA**

powierzchnia w budowie I poł. 2019  
retail space under construction H1 2019

Ryc. 7. Powierzchnia w budowie wg formatów w I poł. 2019  
Graph 7. Space under construction by formats H1 2019



Źródło: PRCH Retail Research Forum, I poł. 2019 r./  
PRCH Retail Research Forum, H1 2019

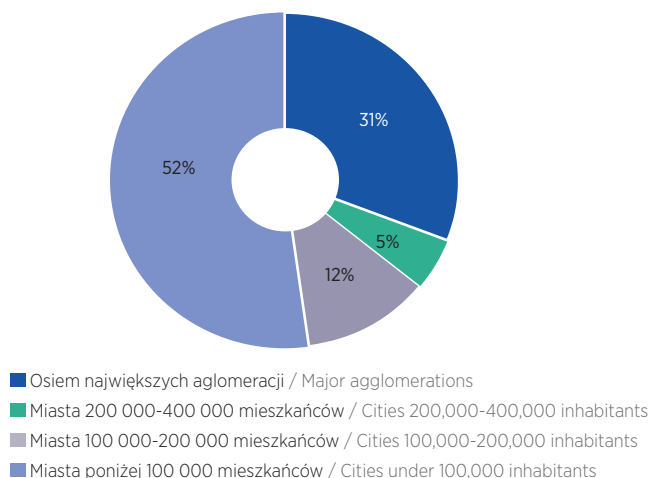
W zakresie realizowanej obecnie podaży dominują nowe obiekty, a wśród nich 12% przypada na projekty typu mixed use.

Tradycyjne centra handlowe stanowią niemal 70% podaży w budowie, z czego prawie co czwarty projekt podlega rozbudowie.

Największą aktywność deweloperów (ponad 50%) obserwujemy w miastach poniżej 100 tys. mieszkańców, są to zazwyczaj nowe projekty.

Co trzecia inwestycja jest prowadzona w największych aglomeracjach.

Ryc. 8. Powierzchnia w budowie według lokalizacji  
Graph 8. Space under construction by location



Źródło: PRCH Retail Research Forum, I poł. 2019 r./ PRCH Retail Research Forum, H1 2019 r.

The stock currently under construction is dominated by new assets, of which 12% comprise mixed-use projects.

Traditional shopping centres constitute nearly 70% of the supply under construction, of which nearly every fourth project is undergoing extension.

The highest developer activity (over 50%) can be recorded in cities under 100,000 inhabitants, usually with new projects.

Every third project is being developed in the largest agglomerations.

Tabela 1. Rozbudowy obiektów zrealizowane w I poł. 2019 roku

Table 1. Extensions in H1 2019

| Miasto<br>City   | Nazwa obiektu<br>Name          | GLA rozbudowane<br>Extension GLA | Otwarcie<br>Opening |
|------------------|--------------------------------|----------------------------------|---------------------|
| Gdańsk           | Morski Park Handlowy           | 16 500                           | Q2                  |
| Opole            | Solaris Center                 | 9 000                            | Q2                  |
| Zduńska Wola     | Galeria E                      | 3 550                            | Q2                  |
| Jaworzno         | Galeria Galena (park handlowy) | 3 500                            | Q2                  |
| Żory             | Saller Żory                    | 3 000                            | Q2                  |
| Warszawa         | Blue City                      | 3 000                            | Q2                  |
| Stalowa Wola     | Vivo! Stalowa Wola (Decathlon) | 1 750                            | Q1                  |
| Dąbrowa Górnicza | Pogoria                        | 1 063                            | Q2                  |

Źródło: PRCH Retail Research Forum / Source: PRCH Retail Research Forum

Mapa 1. Otwarcia w Polsce w I poł. 2019 roku

Chart 1. Openings in H1 2019



Źródło: PRCH Retail Research Forum / Source: PRCH Retail Research Forum

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

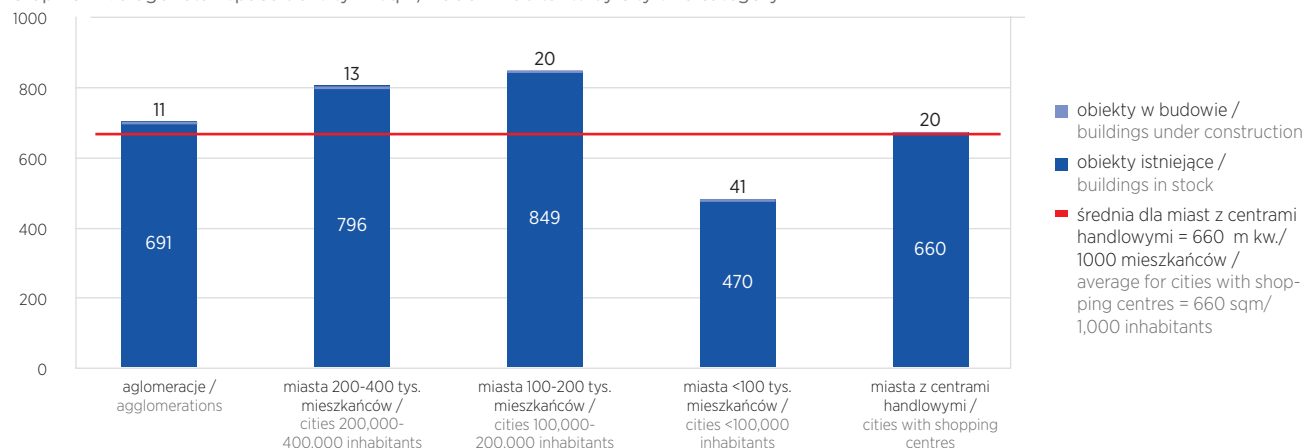
**319 m kw. / 1 000 mieszkańców** – nasycenie powierzchnią centrów handlowych w dla całej Polski po I poł. 2019  
– retail space density Poland - wide after H1 2019

**3,6 m kw. / 1 000 mieszkańców** – wzrost w stosunku do końca 2018 roku  
– increase compare to the end of 2018

**329 m kw. / 1 000 mieszkańców** – oczekiwane nasycenie po ukończeniu obiektów będących w budowie  
– expected density after the completion of assets under construction

Ryc. 9. Średnie nasycenie powierzchnią centrów handlowych w m kw. na 1000 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 / Source: PRCH Retail Research Forum



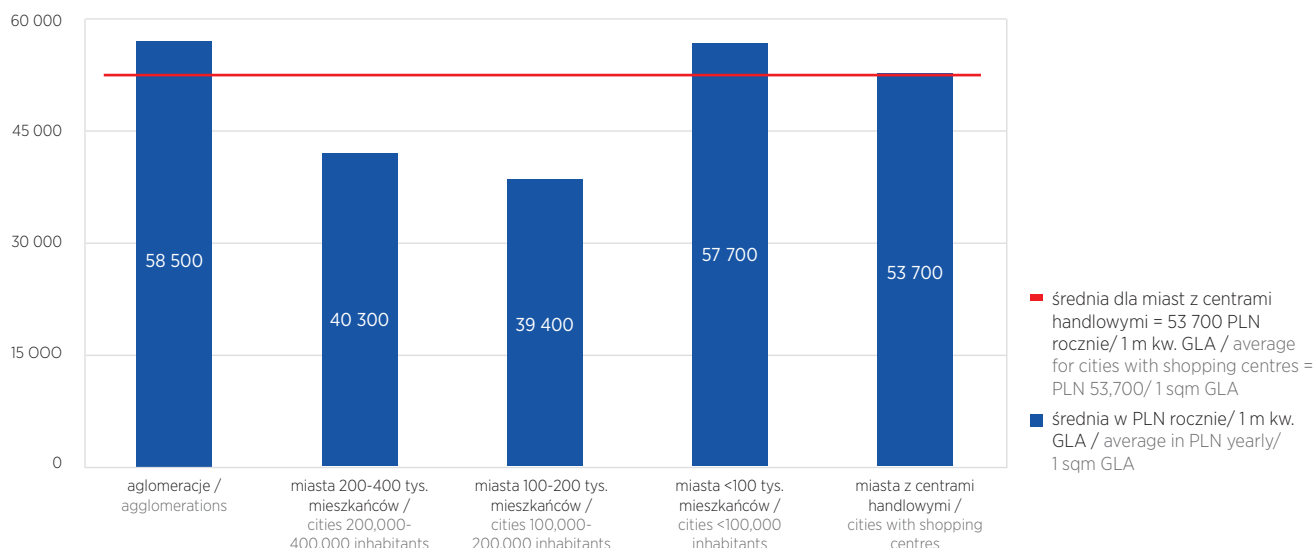
## Raport I poł. 2019 / H1 2019 Report

**53 700 PLN rocznie / 1 m kw.**  
**PLN a year / 1 sqm**

- potencjał nabywczy przypadający na 1 m kw.  
istniejącej i budowanej powierzchni  
- purchasing power per 1 sqm of space  
(existing and under construction)

Źródło: PRCH Retail Research Forum, I poł. 2019 r. / Source: PRCH Retail Research Forum H1 2019

Ryc. 10. Ogólna Siła Nabywczą GfK 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



Źródło: PRCH Retail Research Forum / Source: PRCH Retail Research Forum

### 1.6 TRANSAKcje INWESTYCYJNE NA RYNKU CENTRÓW HANDLOWYCH W POLSCE W I POŁ. 2019 ROKU

### 1.6 INVESTMENT TRANSACTIONS IN THE RETAIL MARKET IN POLAND H1 2019



**2,7 mld EUR** – całkowity wolumen transakcji inwestycyjnych  
**bn EUR** – total investment volume

**450 mln EUR** – wolumen transakcji inwestycyjnych na rynku nieruchomości handlowych  
**mln EUR** – retail investment volume

W I połowie 2019 r. we wszystkich sektorach rynku nieruchomości komercyjnych w Polsce sfinalizowano transakcje o łącznej wartości prawie 2,7 miliarda EUR. Oprócz rekordowego i w zasadzie trudnego do powtórzenia rezultatu roku 2018, jest to wynik zdecydowanie lepszy niż analogiczne okresy z lat 2015 – 2017.

In the first half of 2019, in all commercial real estate segments in Poland, deals worth a total of EUR 2.7 billion were concluded. Apart from the record-breaking result of 2018, which can hardly be repeated, this result is much better than in the corresponding periods in the years 2015 – 2017.

W okresie styczeń – czerwiec br. najwyższym popytem ze strony inwestorów cieszył się segment aktywów biurowych, na który przypadło ponad 60% całkowitego wolumenu transakcyjnego. Biorąc pod uwagę toczące się obecnie transakcje, tendencja ta nie ulegnie zmianie do końca br.

Zainteresowanie produktem inwestycyjnym z sektora obiektów handlowych jest zdecydowanie niższe niż w ubiegłych latach. Choć w porównaniu z bardziej dojrzałymi rynkami Europy Zachodniej koniunktura w segmencie nowoczesnego handlu w Polsce jest znacząco lepsza, do czego przyczynia się dobra sytuacja gospodarcza w kraju i rosnąca zamożność konsumentów, to jednak ogólnosiłkowy trend awersji inwestorów do zasobów tego sektora dotarł także do Polski. Do końca czerwca br. wartość transakcji inwestycyjnych w segmencie handlu wyniosła zaledwie ok. 450 mln EUR, stanowiąc niecałe 17% całkowitego wolumenu. Jest to jednocześnie kwota zdecydowanie poniżej średniej dla analogicznych okresów minionych trzech lat.

#### **Największe transakcje inwestycyjne**

Transakcja o najwyższej wartości (ok. 222 mln EUR) została zaaranżowana jeszcze w 2018 roku. Była to druga tranża przejmowanych przez EPP nieruchomości z portfela zakupionego w ubiegłym roku przez konsorcjum Chariot Top Group (Pimco, Oaktree oraz Redefine). Tym razem właściciela zmieniły cztery centra handlowe M1 o całkowitej powierzchni najmu ok. 141,000 m kw. (w Bytomiu, Częstochowie, Radomiu i Poznaniu). Trzeci i ostatni etap tej inwestycji jest przewidziany do realizacji w kolejnym roku.

Ponadto King Cross Jubilerska w Warszawie został zakupiony przez Atrium European RE za 43 mln EUR, NEINVER i Nuveen Real Estate przejęły za 31,5 mln EUR nowo otwarte centrum wyprzedażowe Silesia Outlet w Gliwicach, a Galeria Leszno została sprzedana przez Blackstone. Zakup Atrium Felicity w Lublinie i Atrium Koszalin za 298 mln EUR przez fundusz ECE został sfinalizowany w lipcu i zasilili już wolumen inwestycyjny drugiego półrocza.

Spodziewana jest kontynuacja zainteresowania inwestorów segmentem małych centrów i parków handlowych o charakterze „centrów usług w sąsiedztwie”. Aktywnym graczem poszukującym nieruchomości handlowych tego formatu jest Saller. Po intensywnych zeszłorocznych zakupach, w pierwszej połowie 2019 r. inwestor ten nabył Centrum Max w Hrubieszowie, Galerię nad Potokiem w Radomiu, park handlowy w Rybniku oraz Prima Park w Kutnie. Saller, który jest jednocześnie deweloperem obiektów handlowych, zapewne w przyszłości rozbuduje nabyte nieruchomości, co czyni obecnie w stosunku do wcześniejszych zakupów.

In the period January – June 2019, the highest demand on the part of investors was in the office sector, which comprise more than 60% of the entire trading volume. Given the ongoing deals, this tendency will not change until the end of 2019.

The interest in the retail sector is definitely lower than in the preceding years. Although compared to more mature Western European markets the situation in the modern retail sector in Poland is much better thanks to the good economic situation in the country and growing affluence of consumers, the global trend of investors' aversion to this sector stock has reached Poland as well. By the end of June 2019, the value of investment transactions in the retail segment totalled only about EUR 450 million, comprising less than 17% of the entire volume. At the same time this amount is definitely under the average for the corresponding periods within the past three years.

#### **Largest investment transactions**

The deal of the highest value (around EUR 222 million) was arranged in 2018. It was the second tranche of properties taken over by EPP from the portfolio purchased last year by the Chariot Top Group consortium (Pimco, Oaktree and Redefine). This time, four M1 shopping centres (in Bytom, Częstochowa, Radom and Poznań) with a total leasable area of about 141,000 sqm moved to different hands. The third and last phase of this investment was scheduled for the next year.

Additionally, King Cross Jubilerska in Warsaw was purchased for EUR 43 million by Atrium European RE, NEINVER and Nuveen Real Estate acquired the newly opened Silesia Outlet in Gliwice for EUR 31.5 million, while Galeria Leszno was sold by Blackstone. The purchase of Atrium Felicity in Lublin and Atrium Koszalin for EUR 298 million by ECE was finalised in July and will be included in the investment volume for the second half of the year.

It is expected that the interest of investors in the segment of small “convenience-like” shopping centres and retail parks will continue. Saller is a player actively looking for this format of properties. In the course of intensive shopping in H1 2019, this investor acquired Centrum Max in Hrubieszów, Galeria nad Potokiem in Radom, a retail park in Rybnik and Prima Park in Kutno. Saller, who is also a retail developer, will most likely extend the acquired properties in the future, as it has with respect to its previous purchases.

## Raport I poł. 2019 / H1 2019 Report

Warto również odnotować zakup przez Mitiska REIM udziałów w Karuzela Holding, który to deweloper jest właścicielem istniejących małych centrów i parków handlowych w Turku, Lublińcu, Wodzisławiu i Wrześni oraz realizuje, bądź ma w planach, kolejne projekty m. in. w Kołobrzegu, Świebodzinie, Białej Podlaskiej i Elku.

Aktywnym inwestorem w segmencie małych obiektów i lokali handlowych jest także Metropolitan Investment, który w tym roku powiększył swoje portfolio o lokale handlowe usytuowane w parterze nieruchomości mieszkaniowej Bulwary Książęce we Wrocławiu.

W ciągu 2018: stopy kapitalizacji za najlepsze obiekty handlowe uległy wyraźnej kompresji z ok. 5,00% do ok. 4,25% i w I połowie br.

Another deal worth noting is the purchase by Mitiska REIM of shares in Karuzela Holding, a developer who is an owner of existing small shopping centres and retail parks in Turek, Lubliniec, Wodzisław and Września, and is developing, or planning to develop, further projects, among others in Kołobrzeg, Świebodzin, Biała Podlaska and Elk.

Another active investor is Metropolitan Investment, which has expanded its portfolio with retail premises located on the ground floor of the retail project Bulwary Książęce in Wrocław.

Throughout 2018, yields for prime retail schemes have undergone compression from around 5.00% to around 4.25%, and



**4,25%**

- stopa kapitalizacji nieruchomości typu prime  
- prime yields

Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland / Source: BNP Paribas Real Estate Poland

pozostały na tym samym poziomie. Nie ulegną one również zmianie w perspektywie średniokresowej, ze względu na brak toczących się transakcji dotyczących centrów handlowych najwyższej klasy.

Ze względu na generalną awersję inwestorów do zakupu aktywów handlowych, w perspektywie średniokresowej zainteresowanie produktem w tym segmencie będzie utrzymywało się na niskim poziomie. Dlatego też wolumen transakcyjny w drugiej połowie 2019 r. nie osiągnie ogromnej skali. Inwestorzy będą bardzo ostrożnie podchodzić do ewentualnego zakupu zasobów z sektora handlowego, co może mieć również znaczący wpływ na uzyskiwane ceny w przeliczeniu na m kw.

Na globalne trendy dotyczące segment handlu stacjonarnego, jak wpływ sektora e-commerce czy zmieniające się zwyczaje zakupowego konsumentów, w Polsce dodatkowo nakłada się niepewność

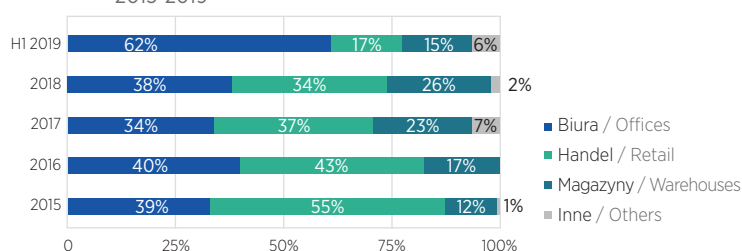
remained at the same level in H1 2019. Yields are unlikely to change in the medium terms as well, as there are no ongoing transactions on prime shopping centres.

Due to the general aversion of investors to acquire retail assets, the interest in the product in this sector will remain at a low level in the medium term. As a result, the transaction volume in H2 2019 is unlikely to reach a considerable scale. Investors will be very careful in terms of possible purchases of assets from the retail sector, which may have a significant impact on prices per a sqm.

Apart from global trends affecting the brick-and-mortar retail, such as the impact of the e-commerce sector or changing shopping habits of consumers, Poland also faces uncertainty resulting from the gradual tightening of the Sunday trading

Ryc. 11. Wolumen inwestycyjny 2015 - 2019 - udział poszczególnych sektorów

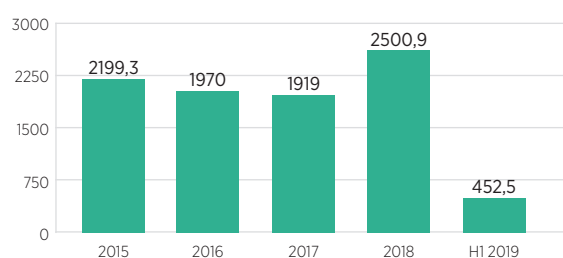
Graph 11. Investment transaction volume in Poland by sector 2015-2019



Źródło: BNP Paribas Real Estate / Source: BNP Paribas Real Estate

Ryc. 12. Całkowita wartość transakcji inwestycyjnych w sektorze handlowym (mln EUR)

Graph 12. Total retail investment volume (in EUR million)



Źródło: BNP Paribas Real Estate / Source: BNP Paribas Real Estate

wynikająca ze stopniowego zaostrzania przepisów zakazujących handlu w niedziele oraz perspektywa dodatkowych obciążeń podatkowych planowanych do nałożenia na handel detaliczny.

ban regulations as well as the prospects of new levies to be imposed on retail.

## 1.7 INDEKS OBROTÓW ORAZ ODWIEDZALNOŚCI W CENTRACH HANDLOWYCH W I POŁOWIE 2019 W ROKU

## 1.7 TURNOVER INDEX AND FOOTFALL TRENDS IN SHOPPING CENTRES IN H1 2019

**813** PLN / m kw.  
PLN / sqm

- średnia miesięczna obrotów dla wszystkich kategorii w okresie styczeń - czerwiec 2019.  
- average monthly turnover in all categories throughout January - June 2019.

**1,1%**

- zmiana skumulowana rok do roku dla wszystkich kategorii handlowych  
- YoY cumulative change for all retail categories

Największe spadki w przypadku wszystkich kategorii handlowych odnotowano w styczniu (-1,7% rok do roku) oraz w lutym (-1,3% rok do roku). Marzec i kwiecień notują natomiast ponad 3% wzrost w średnich obrotach w porównaniu rok do roku.

The highest drops across all retail categories were recorded in January (-1,7% YoY) and in February (-1,3% YoY). March and April, on the other hand, recorded an over 3% increase in average turnover year-over-year.

### ŻYWNOSĆ

- największy spadek obrotów w PLN/m kw.  
(zmiana skumulowana -1,3%)

### RESTAURACJE / FOOD COURT

- największy wzrost (zmiana skumulowana 9,1%)

### FOOD

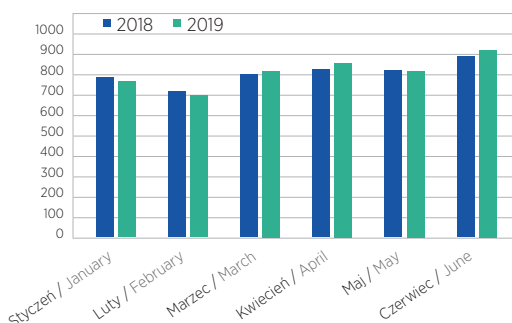
- highest turnover decrease in PLN/sqm  
(cumulative change -1,3%)

### RESTAURANTS / FOOD COURT

- highest growth (cumulative change 9,1%)

Ryc. 13. Turnover Index - średnie obroty dla wszystkich kategorii 2018-2019 (PLN/m kw.)

Graph 13. Turnover Index - average turnover in all categories 2018-2019 (PLN/sqm)



Źródło: PRCH Turnover Index / Source: PRCH Turnover Index

Najwyższy spadek odwiedzalności odnotowany został w styczniu (-3% rok do roku). Duży wzrost natomiast obserwujemy w kwietniu - 9% wobec odwiedzalności zanotowanej w kwietniu 2018 kiedy to 4 na 5 niedziel było niehandlowych. Luty, jak co roku, z najniższym wskaźnikiem odwiedzalności - 2% mniej niż w 2018 roku.

Ryc. 13. Wskaźnik Footfall Trends Index 2018-2019 miesiąc do miesiąca (w tys.)

Graph 13. Footfall Trends Index month over month (in thousands)



Źródło: PRCH Footfall Trends Index / Source: PRCH Footfall Trends Index

The highest footfall drop was recorded in January (-3% YoY). A considerable increase could be observed in April: 9% compared to footfall recorded in April 2018, when 4 out of 5 Sundays were non trading. As every year, the month with the lowest rate was February: 2% less than in 2018.



**10%**

- zmiana skumulowana rok do roku (styczeń-czerwiec 2019 vs styczeń - czerwiec 2018)  
- cumulative change YoY (January - June 2019 vs January-June 2018)



## Raport I poł. 2019 / H1 2019 Report

### AUTORZY / AUTHORS



**Wioleta Wojtczak**

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

Wioleta Wojtczak, posiada 11-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 average monthly turnover eleven 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.



**Klaudia Okoń**

Consultant  
Research Department, Savills  
klaudia.okon@savills.pl

Klaudia Okoń dołączyła do działu Research w Savills jako Konsultant w czerwcu 2018 roku. Wcześniej, od 2002 roku, pracowała 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 the Research Department at Savills as a Consultant in June 2018. Earlier, from 2002, she worked for the German company GENI Polska / GENI CEE. She has almost 15 years of experience in the commercial real estate industry. She dealt with real estate potential analysis, expansion and expansion planning, as well as preparing strategies for commercial formats and customer profiles. Klaudia is a graduate of the Warsaw University of Life Sciences (Economics) and post graduate of Institute of spatial planning and housing (Real Estate Management) and apprenticeships, where she obtained a Professional Property Competence Certificate.



**Danuta Kowalska**

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

Od niemal 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 almost 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.


**Magdalena Sadal**

Head of Research & Advisory Retail  
CRESA POLSKA  
magda.sadal@cresa.com

Magdalena posiada ponad 15 lat doświadczenia w branży nieruchomości komercyjnych. Specjalizuje się w kompleksowych analizach rynku, prognozowaniu sprzedaży, ocenie potencjału terenu inwestycyjnego oraz przygotowywaniu analiz przestrzennych dla operatorów z branży handlowej. Doświadczenie zawodowe na rynku nieruchomości komercyjnych zdobywała m.in. w Dziale Doradztwa i Badań Rynku firmy doradczej Cushman & Wakefield. Wcześniej przez 12 lat pracowała w Biurze Inwestycji Tesco Poland. Siedmiokrotna zdobywczyni tytułu Forecastera Roku Tesco w regionie CEE, przyznanego za najbardziej trafne prognozy obrotów nowo otwieranych sklepów.

Magdalena is an expert with more than 15 years of experience in commercial real estate. Magdalena is a specialist in comprehensive market analyses, sales forecasting, assessment of investment site development potential and preparation of spatial analyses for retail sector operators. She gained professional experience in commercial real estate in the Consulting & Research Department of advisory firm Cushman & Wakefield. Previously, for 12 years she had worked at the Property Office at Tesco Poland. She was named seven times Tesco's Forecaster of the Year in CEE for the most accurate sales forecasts for newly-opened stores.


**Magdalena Czempieńska**

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.


**Patrycja Dzikowska**

Head of Research & Consultancy, CEE  
BNP PARIBAS REAL ESTATE  
Patrycja.dzikowska@realestate.bnpparibas

Patrycja Dzikowska od niemal 19 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 19 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.

## Raport I poł. 2019 / H1 2019 Report

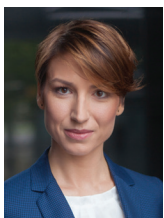


### **Piotr Pieńkos**

Researcher, Customer Analytics & Sales Strategies Department GfK  
Piotr.Pienkos@gfk.com

Pracuje jako researcher 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 is working as a researcher on analytical projects aimed at supporting investments in the commercial real estate market, as well as on research projects related to analysis of consumer behaviour patterns, allowing for better configuration and management of shopping centres at every stage of their operations.



### **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.



### **Anna Zachara-Widła**

Research & Education Manager  
Polska Rada Centrów Handlowych  
awidla@prch.org.pl

Absolwentka politologii na Uniwersytecie Warszawskim. Z badaniami rynku związana od początku swojej kariery zawodowej. Posiada ponad 10-letnie doświadczenie w zakresie realizacji badań – ze szczególnym zamiłowaniem do badań jakościowych. Doświadczenie zdobywała w agencji TNS OBOP oraz w firmie SMG/KRC Millward Brown. Przez ostatnie kilka lat związana z rynkiem wydawniczym jako Menedżer ds. Badań i Analiz w Dzienniku Gazecie Prawnej. Od 2017 roku związana z Polską Radą Centrów Handlowych, gdzie odpowiada za całość realizowanych projektów w ramach działalności badawczej oraz edukacyjnej PRCH.

Anna is a graduate in political science at the University of Warsaw. She has been involved in market research since the beginning of her professional career. She has a track record of over 10 years in the field of research – with a particular emphasis on qualitative research. Anna gained experience at TNS OBOP and SMG/KRC Millward Brown. For the past few years she was involved in the publishing industry as Research and Analysis Manager in Dziennik Gazeta Prawna. Since 2017 Anna works in Polish Council of Shopping Centres where she is responsible for projects carried out as part of PRCH's research activities.

## UWAGI METODOLOGICZNE / METHODOLOGICAL REMARKS

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

**Aglomeracja 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, Sulejówek, Wołomin, Ząbki, Zielonka, a także 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, a także Będzin, Jaworzno, Radzionków oraz Gierałtów i Wojkowice.

**Aglomeracja 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.

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

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

**Aglomeracja Szczecińska:** Szczecin i Kołbaskowo, a także Dobra, Goleniów, Gryfino, Kobylanka, Police i Stare Czarnowo.

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

**Aglomeracja 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).

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, Sulejówek, 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, Gierałtów, 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).

## 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 w oparciu o standardy oraz definicje ICSC (International Council of Shopping Centers);
- 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, following the ICSC (International Council of Shopping Centers) standards and definitions;
- 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. 2019 roku:**

Redakcja: Anna Zachara-Widła, Justyna Ostrowska  
Projekt graficzny: VALKEA

### **Kontakt PRCH RRF:**

Radosław Knap  
General Director  
[rknap@prch.org.pl](mailto:rknap@prch.org.pl)

Anna Zachara-Widła  
Research & Education Manager  
[awidla@prch.org.pl](mailto:awidla@prch.org.pl)

### **PRCH Retail Research Forum, H1 2019 Report:**

Editing: Anna Zachara-Widła, Anna Piaskowska  
Graphic design: VALKEA

### **PRCH RRF contact:**

Radosław Knap  
General Director  
[rknap@prch.org.pl](mailto:rknap@prch.org.pl)

Anna Zachara-Widła  
Research & Education Manager  
[awidla@prch.org.pl](mailto:awidla@prch.org.pl)





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

## DOŁĄCZ DO NAS

Największa organizacja najemców,  
deweloperów i usługodawców rynku  
centrów handlowych zaprasza do grona  
ponad 240 firm stowarzyszonych.

**EDUKACJA**

**NETWORKING**

**BAZA WIEDZY**

[www.prch.org.pl](http://www.prch.org.pl)

[prch@prch.org.pl](mailto:prch@prch.org.pl)

tel. +48 22 629 23 81



**PRCH RETAIL  
AWARDS**  
10. EDYCJA

**10.X.2019**

Aula Wydziału Fizyki  
Politechniki Warszawskiej

Gala PRCH Retail Awards to wyjątkowy  
networking w gronie 350 decydentów  
branży retail. To także najbardziej spektakularne  
wydarzenie branżowe, w trakcie którego  
nagradzamy najlepsze obiekty handlowe,  
sieci oraz projekty marketingowe.

## KUP BILET

[www.retailawards.org.pl](http://www.retailawards.org.pl)

[prch@prch.org.pl](mailto:prch@prch.org.pl)

tel. +48 22 629 23 81