

PRZEKRACZAJĄC GRANI^{CEE}

*Rynek handlowy
w 13 krajach Europy Środkowo-Wschodniej (CEE-13)*

Listopad 2017



Spis treści

1. Wstęp	3
2. Filary rynków handlowych Europy Środkowo-Wschodniej	
2.1. Długoterminowe czynniki makroekonomiczne	4
2.2. Wskaźniki krótkoterminowe	6
2.3. Demografia i siła nabywcza	8
3. Przegląd wybranych rynków handlowych	
3.1. Dostępność powierzchni handlowej	12
3.2. Aktywne sieci handlowe	17
3.3. Warunki najmu	26



Wstęp

Zapraszamy do zapoznania się z przeglądem rynku jesień 2017 i prognozą Colliers International dotyczącą możliwości rozwoju tradycyjnych centrów handlowych w trzynastu krajach Europy Środkowo-Wschodniej (CEE-13). Wierzymy, że potencjał ekspansji krajowych i międzynarodowych sieci handlowych zostanie odkryty i będzie rozwijany w latach 2018-2020. Konsumpcja oraz poziom penetracji rynku różnią się oczywiście pomiędzy regionami. W raporcie wskazujemy kluczowe czynniki popytu, podaży, w tym dostępność powierzchni handlowej, najbardziej aktywne sieci, działalność deweloperską i warunki najmu.

MOCNA DYNAMIKA POPYTU...

Prognozujemy wysokie prawdopodobieństwo wzrostu popytu poprzez znaczne wydatki konsumentów. Roczny wzrost sprzedaży detalicznej (EUR) w okresie od 2000 do 2016 roku kształtował się w przedziale od 3,6% rocznie (na Słowacji), aż do 14,8% w Serbii. Przewidujemy wzrost sprzedaży detalicznej w całym regionie do poziomu między 4,2% a 7,6% rocznie w okresie 2017-2026. Kluczowymi czynnikami powinny być: silny wzrost PKB, podwyżki płac oraz inflacja. Podstawą do wzrostu jest także populacja - 160,4 miliona mieszkańców w regionie CEE-13 obejmuje ponad jedną czwartą populacji Europy poza Rosją. Siła nabywcza mieszkańców jest generalnie niska i mieści się od 5,9% średniej europejskiej w 2016 roku na Ukrainie,

do 61,2% w Chorwacji (źródło: GfK). Spośród indeksów siły nabywczej stolic tylko w Wilnie, na Litwie (100,7%), przekroczono średnią europejską. Zrównanie ze średnimi europejskimi jest możliwe przy założeniu, że dynamika makroekonomiczna obserwowana od roku 2000 utrzyma się przez następną dekadę.

...ZACHĘTĄ DO WEJŚCIA NA RYNEK DLA NOWYCH GRACZY

Nasze prognozy sugerują postępujące nasycenie tradycyjnymi centrami handlowymi. Ponad 200 tysięcy m² powstanie w latach 2018-2020 w każdym z krajów - Czechach, Estonii, Rumunii i Serbii. Niektóre plany ekspansji są bardzo rozbudowane - w Polsce, na Białorusi i Ukrainie, pomimo szybkiego wzrostu sprzedaży internetowej, na rynek może trafić po ponad 500 tysięcy m² powierzchni handlowej. W trzynastu krajach Europy Środkowo-Wschodniej pokazujemy największe planowane obiekty handlowe, deweloperów, wejścia nowych marek, wybrane przykłady debiutów z trzech ostatnich lat, a także najbardziej aktywnych najemców z sektora mody czy operatorów rozrywki i rekreacji. Dla sieci handlowych, które dołączają do tego grona i rozważają ekspansję w regionie, kluczowe znaczenie będzie miało zrozumienie zmienności warunków najmu w krajach CEE-13 (czynsze, opłaty eksploatacyjne, indeksacja, okresy najmu i zachęty dla głównych najemców).

AUTORZY



Mark Robinson
CEE | Research Specialist

Tel. +420 777 532 072
mark.robinson@colliers.com



Dominika Jędrak
Polska | Director
Research and Consultancy Services

Tel. +48 666 819 242
dominika.jedrak@colliers.com



Katarzyna Michnikowska
Polska | Associate Director
Research and Consultancy Services

Tel. +48 607 559 587
katarzyna.michnikowska@colliers.com

2. Filary rynków handlowych Europy Środkowo-Wschodniej

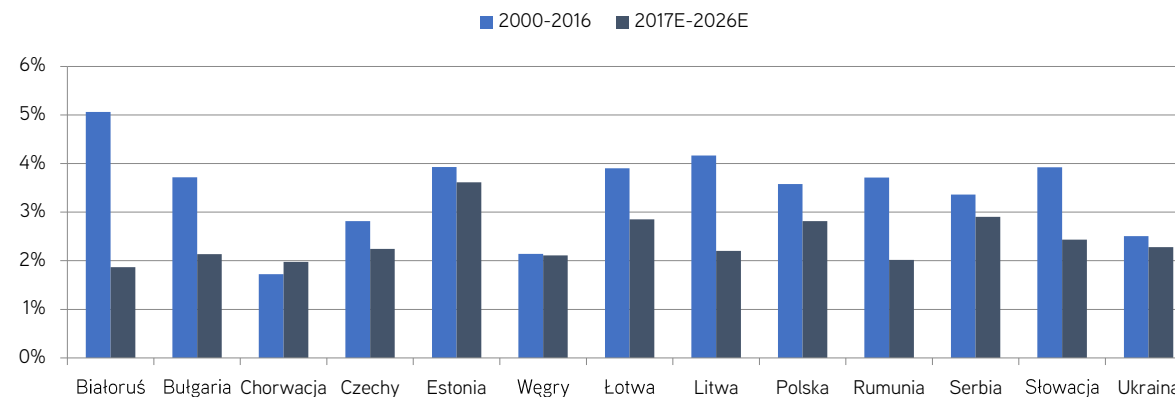
2.1. Długoterminowe czynniki makroekonomiczne

Średni roczny wzrost PKB w zakresie od 1,9% (na Białorusi) do 3,6% (w Estonii) będzie napędzał popyt konsumencki na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej w okresie 2017E-26E.

Historia wzrostu wskazuje na przedłużenie kolejnej fazy konwergencji.

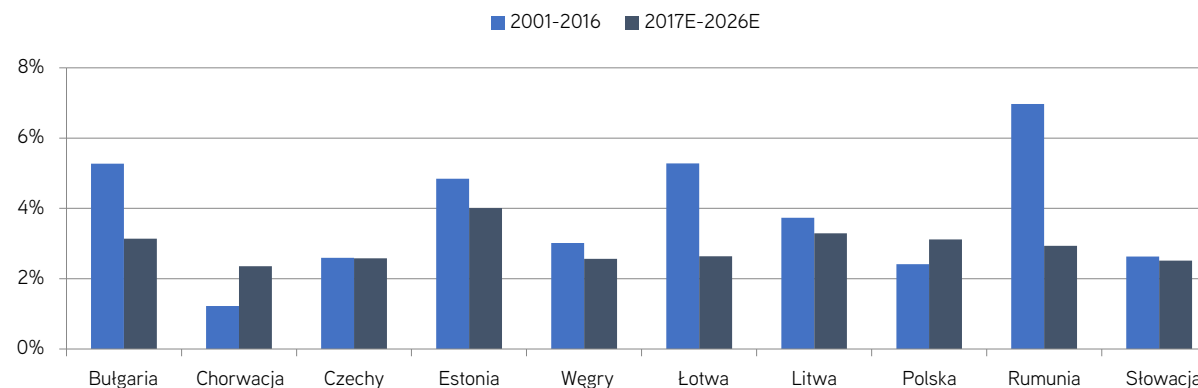
Płaca realna to pieniądze w kieszeni konsumentów. Wzrost PKB jest motorem długoterminowego wzrostu płac. Prognozujemy wzrost płac realnych o 2-4% w okresie od 2017E do 2026E roku.

Średni roczny wskaźnik wzrostu PKB w CEE-13, w latach 2000-2026E* (%)



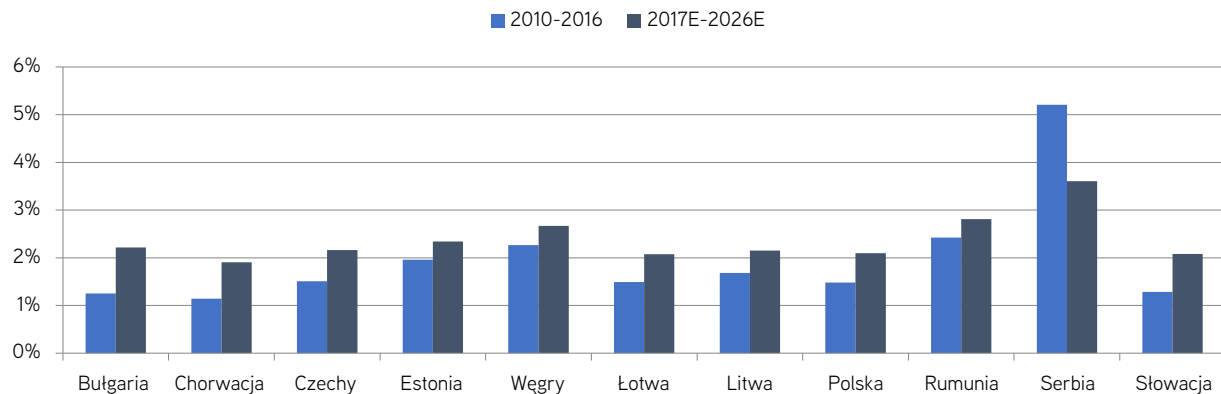
Źródło: Oxford Economics, Colliers International; E* - estymacja

Roczny wzrost płacy realnej w latach 2001-2026E (%)*



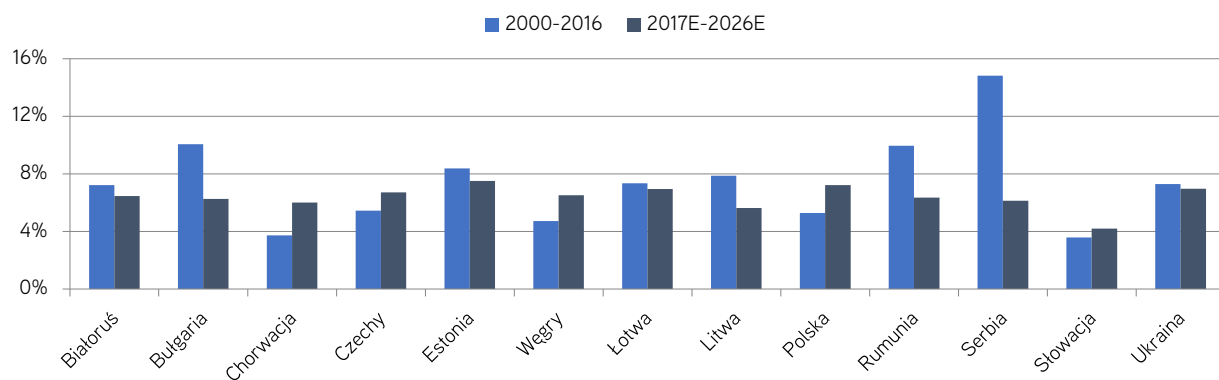
Źródło: Oxford Economics, Colliers International; *brak porównywalnych danych dla Białorusi, Ukrainy, Serbii

Stopy inflacji w latach 2010-2026E (%)*



Źródło: Oxford Economics, Colliers International; *brak porównywalnych danych dla Białorusi, Ukrainy

Roczny wzrost sprzedaży detalicznej (EUR) w latach 2000-2026E (%)



Źródło: Oxford Economics, Focus Economics (tylko Słowacja), Colliers International

Oczekiwania dotyczące wskaźnika inflacji – wzrostu cen, są wyższe niż w latach 2010-2016.

Połączenie wzrostu płac realnych z inflacją sugeruje wzrost sprzedaży detalicznej w krajach CEE-13 na poziomie 4,2-7,6% rocznie w okresie 2017E-2026E.

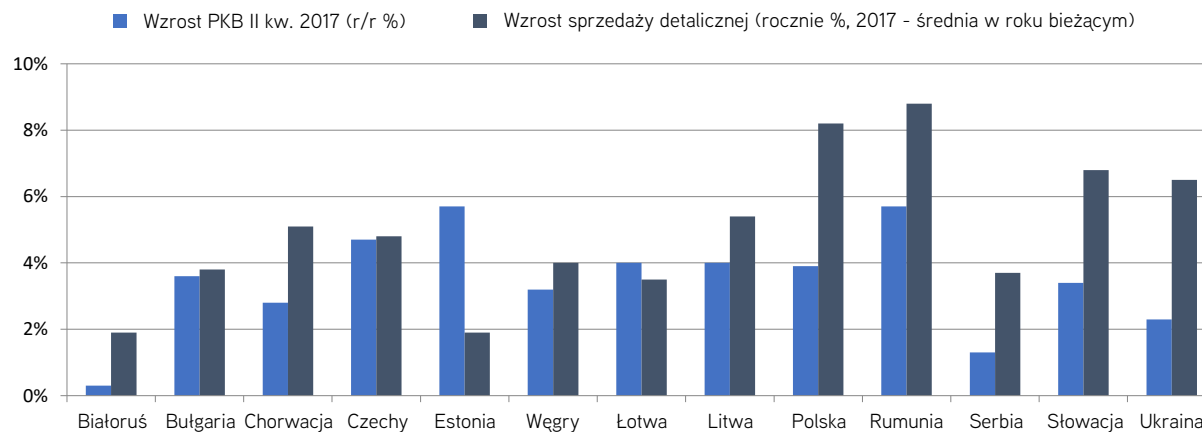


Palladium - Praga, Czechy

2.2. Wskaźniki krótkoterminowe

Bardzo dynamiczny wzrost sprzedaży detalicznej w Rumunii i w Polsce (w 2017 r. ponad 8% r/r do dnia dzisiejszego) oparty jest na wzroście gospodarczym w całym regionie.

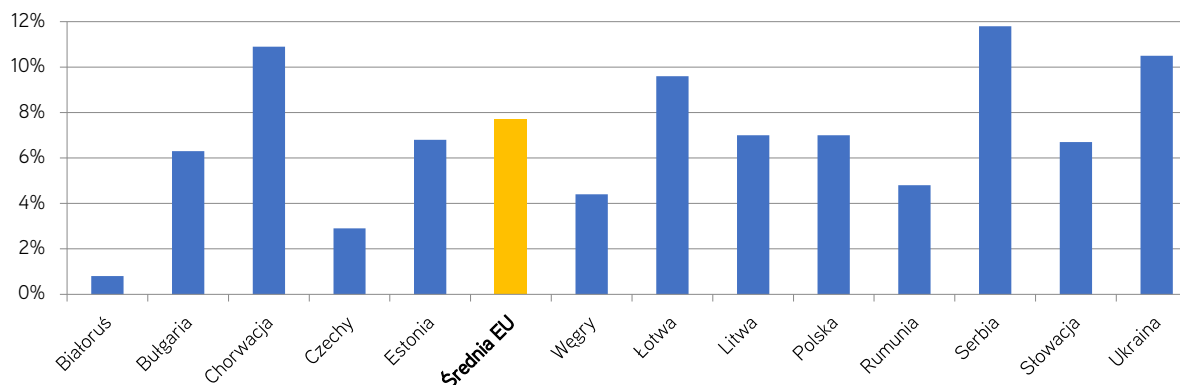
Wzrost PKB (r/r, %) oraz wzrost sprzedaży detalicznej (roczny, %, 2017, średnia do dnia dzisiejszego)



Źródło: Investing.com, Trading Economics, Colliers International

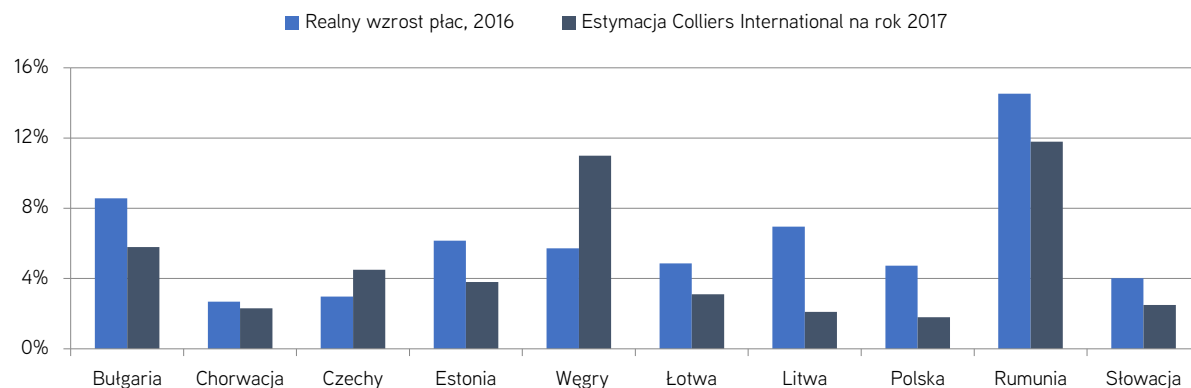
Niska i wciąż malejąca stopa bezrobocia oznacza kontynuację presji płacowej.

Stopa bezrobocia (%)



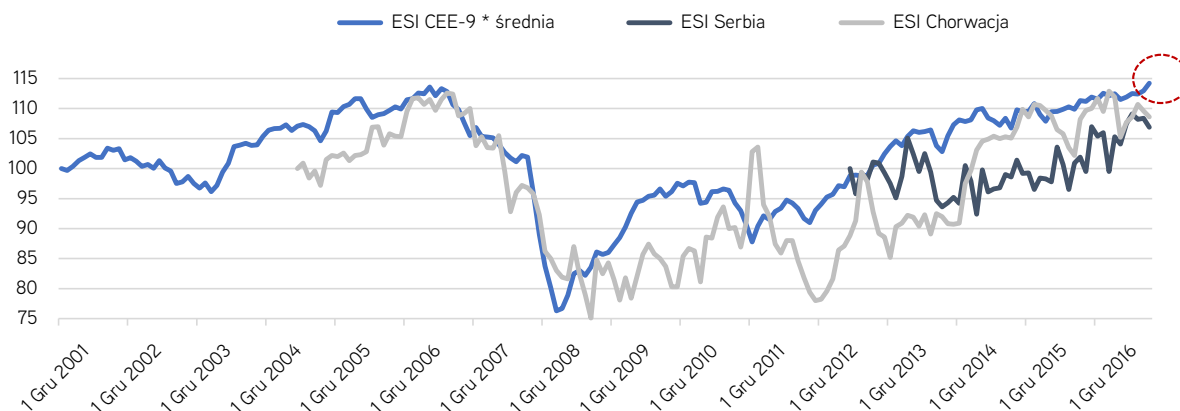
Źródło: Eurostat (dla członków UE), Urzędy Statystyczne, Colliers International

Wzrost płacy realnej w latach 2016-2017E (r/r, %)*



Źródło: Oxford Economics, Colliers International; *brak porównywalnych danych dla Białorusi, Ukrainy, Serbii

Efekt cyklu – lepszy wskaźnik nastrojów konsumentów w CEE



Źródło: Eurostat, Colliers International; *Bułgaria, Czechy, Estonia, Węgry, Łotwa, Litwa, Polska, Rumunia, Słowacja

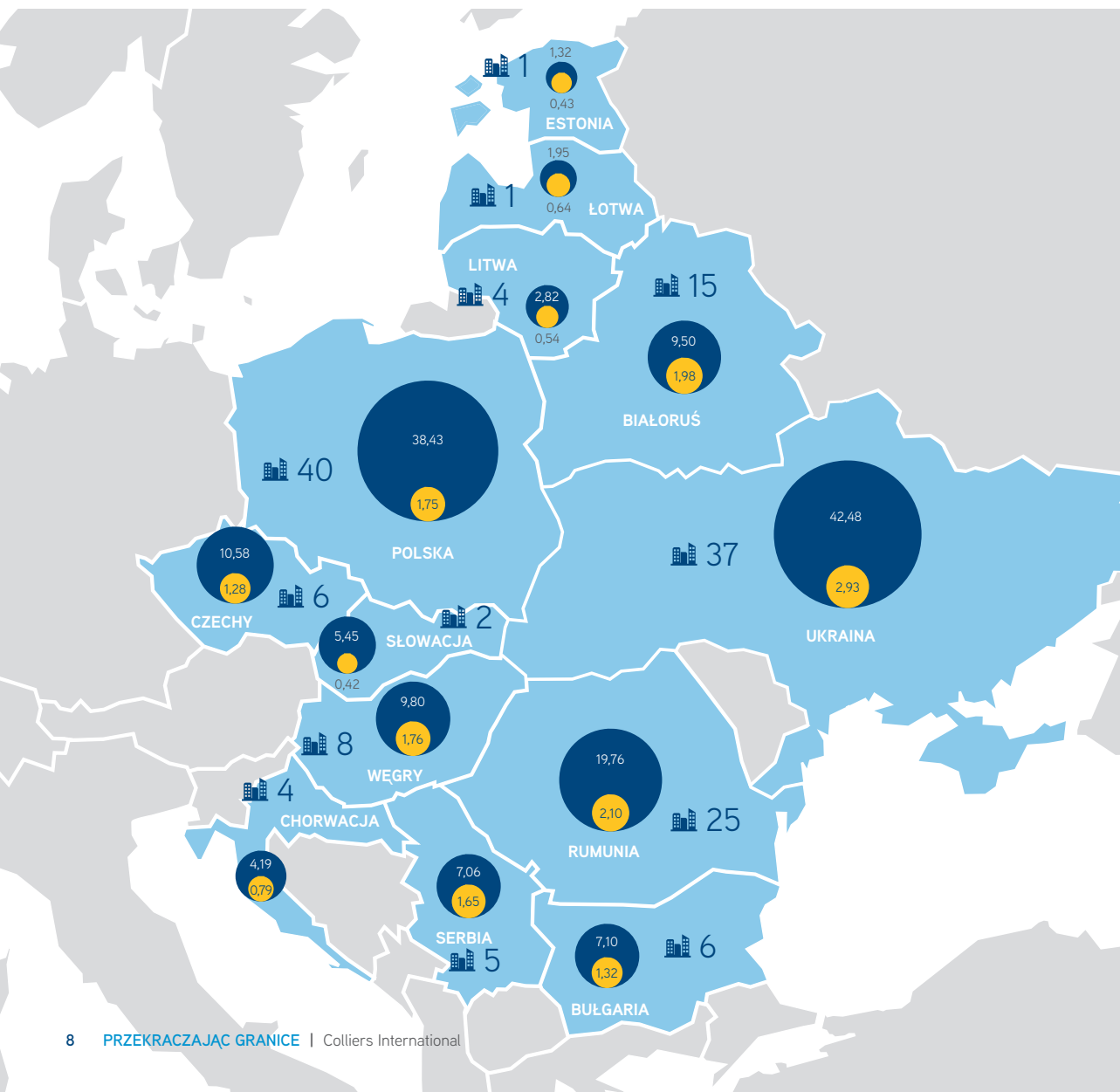
Wzrost płac wyprzedza inflację, co oznacza wzmocnienie siły nabywczej konsumentów.

Miesięczne wskaźniki nastrojów konsumenckich w krajach członkowskich UE CEE-9 przekraczają najwyższy wynik ostatniego cyklu. Odnotowuje się najwyższe wskaźniki w Chorwacji, a ich poziom wzrasta również w Serbii.



Galleria - Mińsk, Białoruś

2.3. Demografia i siła nabywcza



Riga Plaza - Ryga, Łotwa



Rajiceva - Belgrad, Serbia



19,76

Populacja kraju (mln)



2,93

Populacja stolicy (mln)



4

Liczba miast
powyżej 100 tys. mieszkańców

Źródło: Urzędy Statystyczne, Colliers International

Indeks siły nabywczej GfK obrazuje powszechnie uznawany wskaźnik porównawczy potencjału wydatków konsumenckich. Pokazujemy relatywną siłę nabywczą stolic, która odnosi się do średniej europejskiej (13 637 EUR w 2016 roku) oraz stosunek pensji brutto do siły nabywczej w całym regionie.

Im wyższe wynagrodzenie brutto w stosunku do siły nabywczej, tym większe prawdopodobieństwo, że siła nabywczą będzie rosła szybciej niż płace w długiej perspektywie czasowej.

	ROCZNA SIŁA NABYWČZĄ NA MIESZKAŃCĄ KRAJU (2016, EUR)	INDEKS SIŁY NABYWČZEJ NA MIESZKAŃCĄ KRAJU (EUROPA = 100)	ROCZNA SIŁA NABYWČZĄ NA MIESZKAŃCĄ STOLICY (2016, EUR)	INDEKS SIŁY NABYWČZEJ NA MIESZKAŃCĄ STOLICY (EUROPA = 100)	RELATYWNA SIŁA NABYWČZĄ STOLICY	ŚREDNIE MIESIĘCZNE WYNAGRODZENIE (EUR, 2016, BRUTTO)	ROCZNE WYNAGRODZENIE JAKO WIELOKROTNOŚĆ SIŁY NABYWČZEJ
Estonia	8 347	61,2	13 376	98,0	160	1 146	1,65
Łotwa	8 196	50,7	8 845	64,8	108	859	1,26
Słowacja	8 164	59,8	12 614	92,5	155	897	1,32
Czechy	7748	56,8	10 077	73,9	130	1 106	1,71
Litwa	6 922	60,1	13 743	100,7	199	839	1,45
Chorwacja	6 490	47,6	8 360	61,3	129	1 074	1,99
Polska	6 366	46,7	11 587	84,9	182	988	1,86
Węgry	5 568	40,8	6 973	51,1	125	926	2,00
Rumunia	4 202	30,8	5 553	40,7	132	523	1,49
Bułgaria	3 465	25,4	4 367	32,0	126	526	1,82
Serbia	3 028	22,2	3 762	27,6	124	405	1,61
Białoruś	2 364	17,3	3 482	25,5	147	388	1,97
Ukraina	805	5,9	1 828	13,4	227	245	3,65

Źródło: GfK, Eurostat, Colliers International

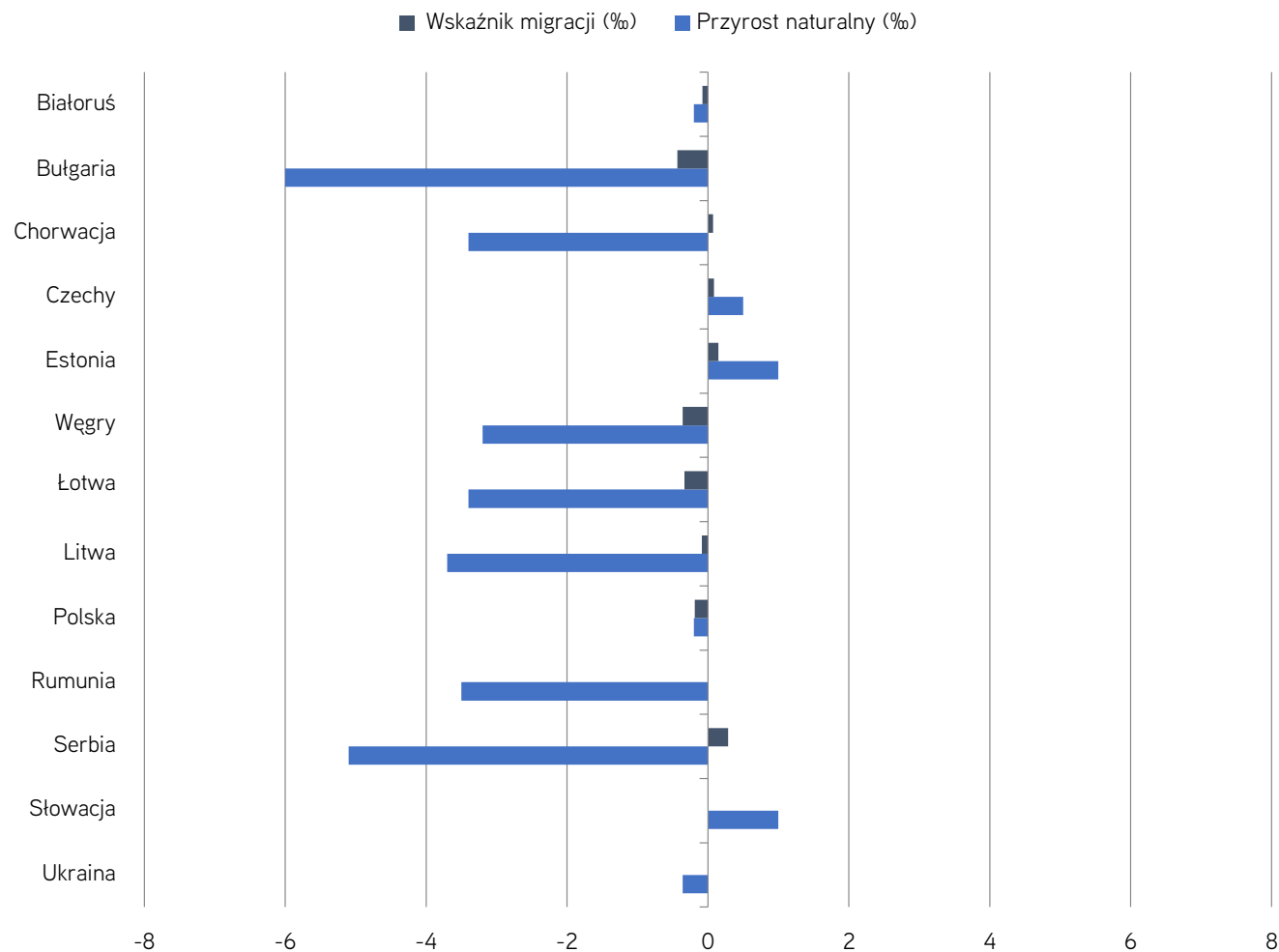
Najnowsze dane demograficzne sugerują stabilizację presji emigracyjnej. Wskaźnik przyrostu naturalnego jest ujemny w kilku krajach.

Malejąca i starzejąca się populacja jest kluczowym ryzykiem makroekonomicznym dla popytu w handlu, w dziesięciu z trzynastu omawianych krajów.



IKEA Zabrze - Zabrze, Polska

Wskaźnik migracji i przyrostu naturalnego* (2016)

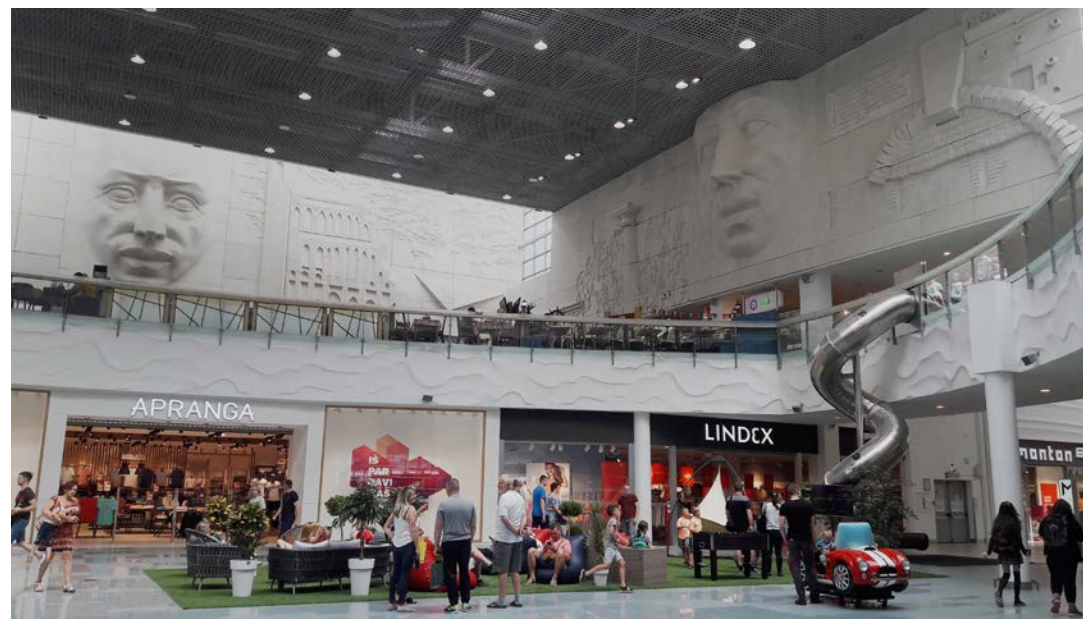


Źródło: Eurostat, Colliers International; *przyrost naturalny – zmiana w populacji na przestrzeni roku (urodzenia minus zgony). Wartość w przeliczeniu na 1 000 osób.

Galleria Riga - Ryga, Łotwa



Ulemiste - Tallin, Estonia



Mega - Kowno, Litwa

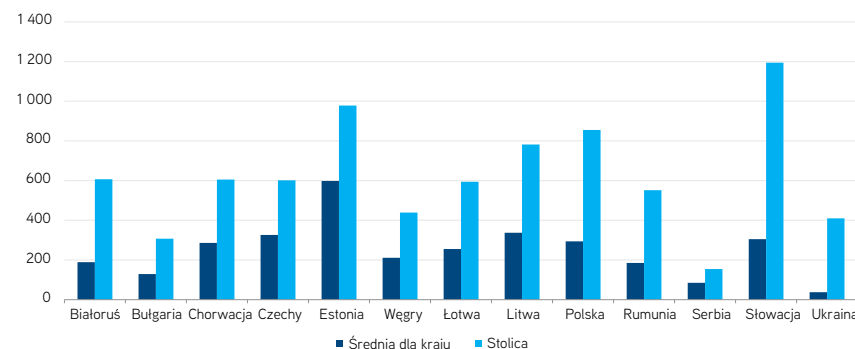
3. Przegląd wybranych rynków handlowych

3.1. Dostępność powierzchni handlowej

Na potrzeby niniejszego raportu, eksperci z firmy Colliers International przeanalizowali trzynaście rynków handlowych (Białoruś, Bułgaria, Chorwacja, Estonia, Węgry, Polska, Łotwa, Litwa, Rumunia, Serbia, Słowacja, Ukraina) w kontekście dostępności nowoczesnej powierzchni handlowej, typu obiektów, deweloperów i aktywnych sieci handlowych funkcjonujących na powyższych rynkach, a także warunków najmu.

Najwyższy poziom zasobów nowoczesnej powierzchni handlowej został odnotowany w Polsce (11,3 mln m² GLA), Rumunii (3,65 mln m² GLA) i Czechach (3,45 mln m² GLA), natomiast biorąc pod uwagę liczbę mieszkańców, najwyższy wskaźnik nasycenia jest w Estonii (598 m²/1 000 mieszkańców). Wśród stolic, najbardziej nasycone są Bratysława (Słowacja) oraz Tallin (Estonia), odpowiednio 1 194 m²/1 000 i 978 m²/1 000 mieszkańców.

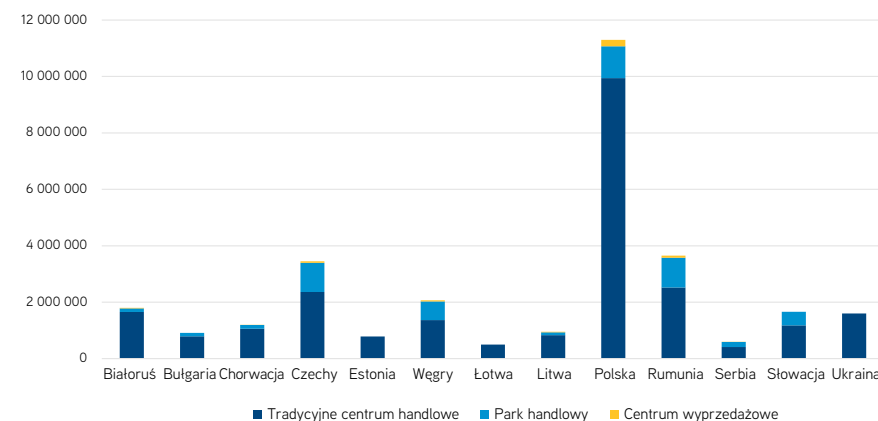
Wskaźnik nasycenia (m²/1 000 mieszkańców)



Źródło: Colliers International

Tradycyjne centra handlowe dominują na większości rynków poddanych analizie. Stosunkowo wysoka dostępność powierzchni parków handlowych widoczna jest w Czechach, Polsce, Rumunii, na Węgrzech oraz Słowacji. Największe parki handlowe wśród krajów CEE-13, zostały zbudowane przez IKEA Centres, w tym Aleja Bielany, Targówek i Matarnia w Polsce a także Avion Shopping Parks w Ostravie i Brnie w Czechach. Duże parki handlowe funkcjonują również w Estonii (Lounakeskus Tartu) i Rumunii (Baneasa Bucharest).

Zasoby centrów handlowych według formatu (m² GLA)

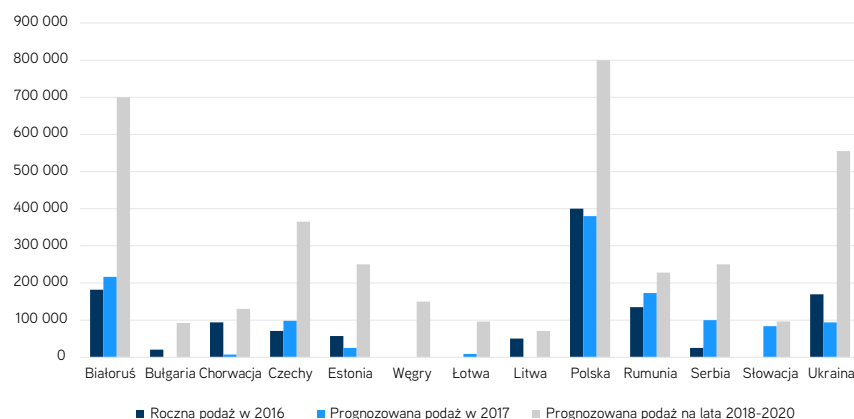


Źródło: Colliers International

Deweloperzy nadal budują nowe centra handlowe. Największą dynamikę odnotowuje się zarówno na rynkach wschodzących, takich jak Białoruś czy Ukraina, jak i na dojrzałych (w Polsce, Czechach i Estonii).

Rozbudowy istniejących obiektów można zaobserwować w całym regionie, w tym projekty w Czechach (Centrum Chodow w Pradze), na Słowacji (Eurovea Galleria w Bratysławie) oraz Łotwie (centra handlowe Alfa i Origo w Rydze).

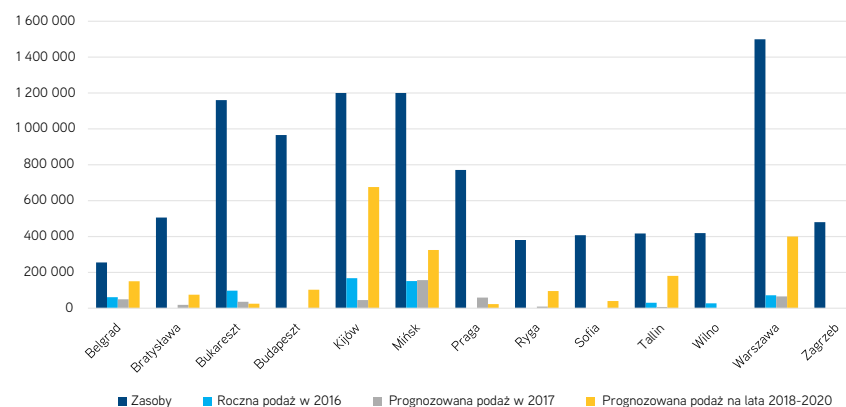
Roczna i planowana podaż (m² GLA)



Źródło: Colliers International

W większości analizowanych krajów, centra handlowe koncentrują się w ich stolicach. Wyjątkami są Polska, gdzie ponad 86,7% zasobów jest zlokalizowana w miastach regionalnych oraz Czechy (77,7% powierzchni). Większość zaplanowanych zasobów ma powstać w stolicach, ale nowe projekty pojawiają się także w miastach regionalnych, na przykład Forum Gdańsk (Polska), Trinity Grodno (Białoruś), AFI Brasov (Rumunia) oraz Promenada Novi Sad (Serbia).

Zasoby, roczna i planowana podaż (m² GLA) w stolicach



Źródło: Colliers International

Corvin Plaza - Budapeszt, Węgry



Top 20 istniejących centrów handlowych w analizowanych krajach (według wielkości)

NAZWA	KRAJ	MIASTO	LOKALIZACJA	TYP	WIELKOŚĆ (M ² GLA)	ROK ODDANIA
Aleja Bielany	Polska	Wrocław	Poza miastem	Centrum handlowe & park handlowy	131 000	1998-2015
Homepark Targówek	Polska	Warszawa	Poza miastem	Park handlowy	124 000	2001-2016
Baneasa	Rumunia	Bukareszt	Poza miastem	Centrum handlowe & park handlowy	120 200	2007
Lavina Mall	Ukraina	Kijów	W mieście	Centrum handlowe	115 000	2016
Avion	Słowacja	Bratysława	W mieście	Centrum handlowe	112 600	2002
Manufaktura	Polska	Łódź	W mieście	Centrum handlowe	110 000	2006
Avion	Czechy	Ostrava	Poza miastem	Centrum handlowe & park handlowy	105 800	2001-2012
Arkadia	Polska	Warszawa	W mieście	Centrum handlowe	105 000	2004-2017
Centrum Chodov	Czechy	Praga	Poza miastem	Centrum handlowe	100 000	2005-2017
Posnania	Polska	Poznań	W mieście	Centrum handlowe	99 000	2016
Magnolia	Polska	Wrocław	W mieście	Centrum handlowe	98 500	2007-2015
Westgate Shopping City	Chorwacja	Zagrzeb	Poza miastem	Centrum handlowe	93 000	2009
Centrum Cerny Most	Czechy	Praga	Poza miastem	Centrum handlowe	91 910	1997-2013
Bonarka	Polska	Kraków	W mieście	Centrum handlowe	91 000	2009
Dream Town	Ukraina	Kijów	W mieście	Centrum handlowe	90 000	2009
Afi Palace Cotroceni	Rumunia	Bukareszt	W mieście	Centrum handlowe	88 500	2009
Olympia Brno	Czechy	Brno	Poza miastem	Centrum handlowe	87 100	1999-2009
Paradise Center	Bułgaria	Sofia	W mieście	Centrum handlowe	85 000	2013
Silesia City Center	Polska	Katowice	Poza miastem	Centrum handlowe	84 000	2005-2011
Akropolis	Litwa	Wilno	W mieście	Centrum handlowe	83 400	2002-2004

Źródło: Colliers International

Top 10 planowanych centrów handlowych w analizowanych krajach (według wielkości)



Źródło: Colliers International

Top 20 najaktywniejszych* deweloperów w sektorze handlowym



Wielu międzynarodowych oraz krajowych deweloperów jest aktywnych w regionie, na czele z IKEA Centres, która obecnie prowadzi projekty w Polsce (IKEA Zabrze, Śląsk), Chorwacji (IKEA Designer Outlet & Retail Park Zagrzeb) i Serbii (IKEA Belgrad). Innymi międzynarodowymi deweloperami aktywnie

funkcjonującymi w krajach CEE-13 są Unibail Rodamco, NEPI Rockcastle i GTC. Lokalni gracze dominują na rynku nieruchomości handlowych na Białorusi oraz Ukrainie, w tym odpowiednio Tabak-Invest i Evrotorg, a także Megaline i KAN Development.

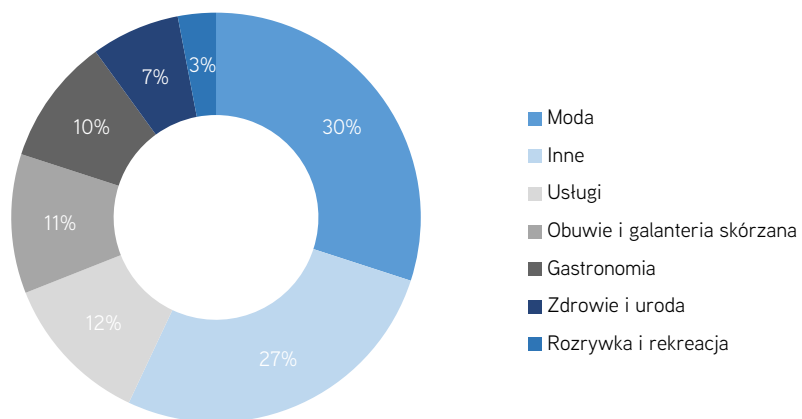
DEVELOPER	BIAŁORUŚ	BULGARIA	CHORWACJA	CZECHY	ESTONIA	WĘGRY	ŁOTWA	LITWA	POLSKA	RUMUNIA	SERBIA	SŁOWACJA	UKRAINA
Akropolis													
BIG													
Crestyl													
Cromwell													
Depo													
ECE													
Echo Investment													
Evrotorg													
Futureal													
Garanti Koza													
GTC													
HB Reavis													
Infortar													
IKEA Centres													
KAN Development													
Megaline													
NEPI / Rockcastle													
Tabak-Invest													
Tulipan Group													
Unibal Rodamco													

Źródło: Colliers International; *zgodnie z GLA dostarczoną w latach 2015-2017 i planowaną na lata 2018-2020

3.2. Aktywne sieci handlowe

Centra handlowe w krajach CEE-13 są w centrum uwagi międzynarodowych oraz krajowych sieci handlowych. Sektorowy dobór najemców jest w większości krajów bardzo podobny – operatorzy modowi są grupą najliczniejszą, zarówno pod względem wielkości, jak i liczby lokali, następnie najemcy reprezentujący sektory obuwia i galanterii skórzanej oraz zdrowia i urody. Ważną częścią oferty centrów handlowych w wielu krajach są usługi oraz gastronomia. W związku z dynamicznym rozwojem e-commerce, rośnie rola gastronomii, rozrywki i rekreacji w centrach handlowych – szczególnie widoczne jest to w Polsce i krajach bałtyckich, gdzie rozbudowuje się istniejące obiekty o kina, place zabaw, fitness kluby oraz nowe strefy gastronomiczne.

Typowy skład sektorowy w centrum handlowym (według liczby lokali)



Źródło: Colliers International



Blue City - Warszawa, Polska

Najaktywniejsze sieci handlowe w sektorze spożywczym



Sektor spożywczy jest w okresie konsolidacji w większości krajów CEE-13. Świadectwem tego są przykładowe transakcje, takie jak zakup sieci Profi (sklepy w 250 miastach w Rumunii przez Mid Europa Partners czy zakup sieci Żabka (4 500 sklepów w Polsce) przez CVC Capital Partners.

Najbardziej aktywni gracze na rynku handlowym to Lidl, który dynamicznie rozwija się w sześciu krajach i planuje ekspansję na nowe rynki w regionie, jak również Kaufland (sklepy w pięciu krajach). Pomimo obecności międzynarodowych graczy rynek jest wciąż rozdrobniony – lokalne sieci spożywcze wciąż mają bardzo silną pozycję na rynku.



Galleria Burgas - Burgas, Bułgaria

SIEĆ HANDLOWA	BIALORUŚ	BULGARIA	CHORWACJA	CZECHY	ESTONIA	WĘGRY	ŁOTWA	LITWA	POLSKA	RUMUNIA	SERBIA	SŁOWACJA	UKRAINA
Albert													
Aman													
Auchan													
Biedronka													
Billa													
Carrefour													
CBA													
Coop													
Cora													
Delhaize													
DIS													
Euroopt													
Fantastiko													
Fozzy													
Idea													
Iki													
Intermarche													
Kaufland													
Konsum													
Korona													
Lidl													
Maxima													
Norfa													
Novus													
Penny Market													
Piotr i Paweł													
Plodine													
Prisma													
Profi													
Real													
Rimi													
Rublevskyi													
Selver													
Silpo													
Sosedi													
Spaar													
Tesco													
T-Market													
Univerexpert													
Żabka													

Najaktywniejsze* sieci handlowe w sektorze mody



Wielcy międzynarodowi operatorzy, tacy jak Inditex Group i H&M, dominują w sektorze mody w regionie CEE-13. Także polska grupa LPP może pochwalić się silną pozycją na rynku, jako główny najemca centrów handlowych w kilkunastu krajach. Inne duże firmy modowe wchodzą na nowe rynki

i rozwijają się, bazując na franczyzie i licencjach (na przykład Apranga Group w krajach bałtyckich). Luksusowe marki modowe obecne są na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej głównie w sklepach wielobranżowych i franczyzach.

SIEĆ HANDLOWA	BIAŁORUŚ	BULGARIA	CHORWACJA	CZECHY	ESTONIA	WĘGRY	ŁOTWA	LITWA	POLSKA	RUMUNIA	SERBIA	SŁOWACJA	UKRAINA
Apranga**													
Baltika**													
C&A													
Fashion Company													
H&M													
Inditex													
LC Waikiki													
LPP													
MD													
MTI													
New Yorker													
Poldma													
Sportina**													

Źródło: Colliers International; *obecnie rozwijający się główni najemcy z sektora modowego, **sieć odzieżowa z ofertą różnych marek (franczyza)

Najaktywniejsi* operatorzy w sektorze rozrywki i rekreacji



Branża rozrywkowa rozwija się dynamicznie w krajach CEE-13. Głównymi operatorami są kina, kluby fitness oraz place zabaw dla dzieci. Silną pozycję w regionie ma Cinema City, posiadający multiplexy w sześciu krajach Europy

Środkowo-Wschodniej oraz Forum Cinemas, które działa w krajach bałtyckich. Większość klubów fitness i placów zabaw prowadzonych jest przez lokalnych operatorów.

KINO	BIAŁORUŚ	BULGARIA	CHORWACJA	CZECHY	ESTONIA	WĘGRY	ŁOTWA	LITWA	POLSKA	RUMUNIA	SERBIA	SŁOWACJA	UKRAINA
Apollo Kino													
Cinamon													
Cine'Grand													
Cinema City													
Cinema Pink													
Cinemax													
Cineplexx													
Cinestar													
Forum Cinemas													
Helios													
Kino Arena													
Movieplex Cinema													
Multikino													
Multiplex													
Planeta Kino													
Premiere Cinemas													
Silver Screen													

Źródło: Colliers International; *obecnie rozwijający się najemcy z sektora rozrywki

Najaktywniejsi* operatorzy w sektorze rozrywki i rekreacji

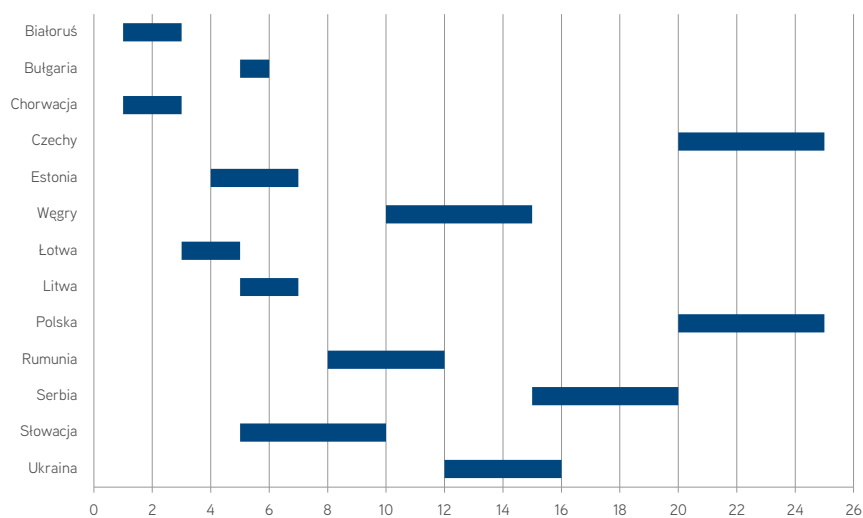


FITNESS KLUB	BIAŁORUŚ	BULGARIA	CHORWACJA	CZECHY	ESTONIA	WĘGRY	ŁOTWA	LITWA	POLSKA	RUMUNIA	SERBIA	SŁOWACJA	UKRAINA
Big Z								✎					
CityFit									✎				
Fit inn												✎	
Fit up												✎	
Gilda Max						✎							
Golem												✎	
Gym Plus								✎					
Gyms4you			✎										
Fabryka Formy									✎				
Impuls								✎					
Kocovic											✎		
Lemon Gym								✎					
MyFitness					✎		✎						
Pure Jatomi				✎									
Sport life													✎
World Class Fitness											✎		
PLAC ZABAW	BIAŁORUŚ	BULGARIA	CHORWACJA	CZECHY	ESTONIA	WĘGRY	ŁOTWA	LITWA	POLSKA	RUMUNIA	SERBIA	SŁOWACJA	UKRAINA
Capella Play		✎											
Dityacha Planeta													✎
Fantasy Park							✎						
Gymboland										✎			
Juhu											✎		
Kinderplaneta									✎				
Playground		✎											
Ton Bon Bon		✎											

Źródło: Colliers International; *obecnie rozwijający się najemcy z sektora rozrywki

Nowe marki, głównie z sektora mody, nieustannie wchodzą na rynki Europy Środkowo-Wschodniej. Najwięcej rocznych debiutów odnotowuje się w Polsce i Czechach, a następnie na Słowacji, Węgrzech, Serbii, Rumunii, a także na Ukrainie. Przykładowo, w latach 2015-2017 grupa LPP (sektor mody) zadebiutowała na rynku chorwackim, serbskim i białoruskim. Zara Home weszła do Estonii i na Litwę.

Średnia roczna liczba nowych wejść, 2015-2017



Źródło: Colliers International

Eurovea - Bratysława, Słowacja



Wybrane debiuty w krajach Europy Środkowo-Wschodniej w latach 2015-2017



Kraj	 ART. SPOŻYWCZE	 MODA	 OBUWIE I GALANTERIA SKÓRZANA	 ART. DLA DZIECI	 AKCESORIA DOMOWE	 ROZRYWKA	 GASTRONOMIA	 ZDROWIE I URODA	 SPORT
Białoruś	SPAR	LPP Group, Inditex Group, Finn Flare, Love Republic, Koton, Calzedonia, Intimissimi	New Balance, Parfois		Jysk		Burger King, Texas Chicken, KFC, Sbarro		Quiksilver
Bulgaria		Forever21, Brunello Cucinelli, Love Moschino, Armani Exchange	CCC				Hesburger, Wagamama, Hamburguesa Nostra		
Chorwacja		Armani Exchange, Banana Republic, GAP, Koton			Tedi		Subway	NYX	
Czechy		Brunello Cucinelli, Palmers, Oysho, Barbour, Boux Avenue, Karl Lagerfeld	Hogan, O bag, Wojas, Tezyo	Hamleys	Zara Home, Flying Tiger		Pizza Hut		
Estonia		Gloria Jeans, Double Red, Suitsupply, Apranga	CCC		Zara Home, Alandeko	People Fitness, Lemon Gym	Burger King	NYX, Bottega Verde	
Węgry		COS, Palmers, Michal Negrin, Michael Kors, Polo Ralph Lauren, J. Press	O bag						
Łotwa		COS, River Island, Michael Kors, Intimissimi, Calzedonia, La Perla	Sizeer, Skechers					NYX	Sportsdirect, 4F
Litwa	Lidl	Intimissimi, Calzedonia	Sizeer	Imaginarium, Sterntaler	Zara Home	People Fitness	Hooters	NYX, Kiehl's	Sportsdirect, 4F
Polska		Forever 21, & Other Stories, Superdry, U.S. Polo Assn., Uterque, Trespass, Melon Fashion Group, Sfera, Victoria's Secret	Skechers, Steve Madden, Carpisa	Hamleys	Le Creuset		Blue Frog, Max Burger		
Rumunia		Forever 21, COS, Uterque, Armani Exchange, Tati, Lanidor, Boggi	Wojas				Taco Bell, Pizza Sbarro	NYX	Sport Loft, Under Armour
Serbia	Lidl	Tezenis, LPP Group, Liu Jo, Calvin Klein, Armani Exchange, Jeordie's	CCC	Lego, Jumbo	IKEA		Funky Buddha		
Słowacja		Forever 21, Karl Lagerfeld	Nine West				Starbucks	Douglas, NYX	
Ukraina		Uterque, Superdry, Stradivarius Men, Tezenis, Ravin Jeans, Scotch & Soda	CCC, Superstep	Okaidi					Intersport

Źródło: Colliers International

3.3. Warunki najmu w analizowanych krajach (m²/miesiąc)

	BIAŁORUŚ	BULGARIA	CHORWACJA	CZECHY	ESTONIA	WĘGRY
Najwyższa stawka czynszu*	80 EUR	38 EUR	40 EUR	200 EUR	60 EUR	100 EUR
Typowa średnia stawka od obrotu	7-9%	8%	5-9%	8%	6-9%	7-9%
Typowy poziom kosztów eksploatacyjnych**	4-6 EUR	6-8 EUR	3-6 EUR	4-6 EUR	3,5-5 EUR	10-12 EUR
Typowy poziom opłaty marketingowej**	2-5 EUR	0-1 EUR	1-2 EUR	1,25-2 EUR	1,2-1,75 EUR	2-4 EUR
Indeksacja (roczna)	n/d	Eurostat HICP	Eurozone CPI	Eurozone CPI lub lokalne CPI w przypadku czynszu w CZK	Lokalne CPI lub zharmonizowane Eurozone CPI	Eurozone CPI
Typowy okres najmu	3-5 lat	3-5 lat	3-5 lat	3-5 lat	3-5 lat	5 lat
Typowe zachęty dla głównych najemców	2-3 miesiące okresu beczynszowego, czynsz krocący, zamrożone koszty eksploatacyjne	Fit-out 300 EUR/m ² /miesiąc, wyłącznie czynsz od obrotu, koszty eksploatacyjne wliczone w czynsz od obrotu lub zamrożone	Fit-out 500-700 EUR/m ² , 2-3 miesiące okresu beczynszowego, czynsz krocący, zamrożone koszty eksploatacyjne	Fit-out 500-800 EUR/m ² oraz 800-1 000 EUR/m ² dla głównych najemców, 2-3 miesiące okresu beczynszowego na rok najmu, czynsz krocący, zamrożone koszty eksploatacyjne	Fit-out 120-150 EUR/m ² /miesiąc, 1-2 miesiące okresu beczynszowego, czynsz krocący, zamrożone koszty eksploatacyjne	Czynsz krocący, czynsz od obrotu, 2-3 miesiące okresu beczynszowego przy wynajmie na 5 lat

*100-150 m², lokal na potrzeby mody, zlokalizowany w najlepszym centrum handlowym

**najemcy typu in-line, z wyłączeniem supermarketów i innych sklepów wielkopowierzchniowych

ŁOTWA	LITWA	POLSKA	RUMUNIA	SERBIA	SŁOWACJA	UKRAINA
50 EUR	45 EUR	120 EUR	60 EUR	60 EUR	38,5 EUR	68 USD
8%	7-9%	7-9%	7-8%	4-10%	5-7%	10-12%
4-8 EUR	4,5-5 EUR	7-13 EUR	6-10 EUR	6-10 EUR	12-15 EUR	6-10 USD
2-3 EUR	1,5-2 EUR	5-7 EUR	1,5-4 EUR	wliczone w koszty eksploatacyjne	2,5 EUR	2-4 USD
Eurozone CPI	Średnia roczna CPI/HICP	Eurozone CPI	HICP	Eurozone CPI	CPI/HICP Eurozone	n/d
3-5 lat	3-5 lat	3-5 lat	5 lat	3-5 lat	7-15 lat	3-5 lat
2-3 miesiące okresu bezczynszowego, czynsz kroczący, zamrożone koszty eksploatacyjne	Tylko czynsz od obrotu, czynsz kroczący, zamrożone koszty eksploatacyjne	Fit-out powyżej 500 EUR/m ² /miesiąc, tylko czynsz od obrotu, 2-3 miesiące okresu bezczynszowego, czynsz kroczący, zamrożone koszty eksploatacyjne	Budżet na fit-out	Fit-out (min. 100 EUR/m ² /miesiąc), czynsz kroczący, koszty eksploatacyjne zawarte w czynszu (nie są dodatkową opłatą)	Fit-out 400-700 EUR/m ² /miesiąc, wyłącznie czynsz od obrotu, 2-3 miesiące okresu bezczynszowego, czynsz kroczący, zamrożone koszty eksploatacyjne	Fit-out 500-700 EUR/m ² , stała minimalna stawka + czynsz od obrotu, 3-6 miesięcy okresu bezczynszowego, wcześnie wypowiedzenie umowy po trzech latach najmu, czynsz kroczący, zamrożone koszty eksploatacyjne

Źródło: Colliers International

Kontakty

BIAŁORUŚ



Andrey Pavlyshko
Partner | Managing Director
Tel. +375 172 569 569
andrey.pavlyshko@colliers.com



Denis Chetverikov
Partner | Director of Research
and Advisory Department
Tel. +375 172 569 569
denis.chetverikov@colliers.com

BUŁGARIA



Boryana Peneva
Manager | Retail Services
Tel. +359 2 976 9 976
boryana.peneva@colliers.com



Kamelia Radova
Market Researcher
Tel. +359 2 976 9 976
kamelia.radova@colliers.com

CHORWACJA



Vedrana Likan
Managing Partner
Tel. +385 99 3117 364
vedrana.likan@colliers.com



Klara Matic
Senior Consultant | Investment,
Valuation and Advisory Services |
EMEA
Tel. +385 98 172 1024
klara.matic@colliers.com

CZECHY



Omar Sattar
Managing Partner
Tel. +420 602 363 705
omar.sattar@colliers.com



Ondrej Vlk
Senior Associate | Head of Research
Tel. +420 602 940 066
ondrej.vlk@colliers.com

ESTONIA



Avo Rõõmussaar
Partner | Managing Director
Tel. +372 52 79 638
avo.roomussaar@colliers.com



Maksim Golovko
Head of Research | Analytical
Department
Tel. +372 6160 787
maksim.golovko@colliers.com

WĘGRY



Tim Hulzebos
Managing Director
Tel. +36 30 986 6093
tim.hulzebos@colliers.com



Tamás Steinfeld MBA
Associate Director
Tel. +36 70 286 2505
tamas.steinfeld@colliers.com

ŁOTWA

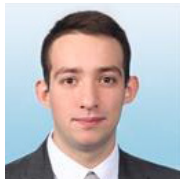


Deniss Kairans
Partner | Managing Director
Tel. +371 6778 33 33
colliers.latvia@colliers.com

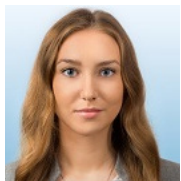


Dmitrijs Kačalovs
Associate Director | Research
& Advisory Department
Tel. +371 6778 3333
dmitrijs.kacalovs@colliers.com

LITWA



Efim Hiterer
Senior Consultant | CRE Department
Retail Sector
Tel. +370 671 69866
efim.hiterer@colliers.com



Diana Lebedenko
Market Analyst | Consultancy
Department
Tel. +370 5 249 1212
diana.lebedenko@colliers.com

UKRAINA



Alexander Nosachenko
Managing Director
Tel. +38 067 2301777
alexander.nosachenko@colliers.com

POLSKA



Monika Rajska-Wolińska MBA, MRICS
Managing Partner | EMEA Board
Member
Tel. +48 668 139 759
monika.rajska@colliers.com

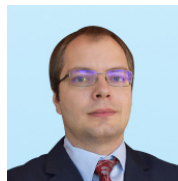


Marta Machus-Burek
Partner | Director | Retail Advisory
Services | Retail Agency
Tel. +48 691 711 235
marta.machus-burek@colliers.com

RUMUNIA



Ilinca Paun
Managing Partner
Tel. +40 72 258 93 23
ilinc.paun@colliers.com



Silviu Pop
Head of Research
Administrative
Tel. +40 721 176 701
silviu.pop@colliers.com

SERBIA



Ana Vukovic
Managing Director | Grecja & Serbia
Tel. +30 2106832440
ana.vukovic@colliers.com



Ilija Samardzija
Valuer | Valuation and Advisory
Services
Tel. +381 63 10 77 849
ilija.samardzija@colliers.com

SŁOWACJA



Ermanno Boeris
Managing Partner
Tel. +421 911 667 542
ermanno.boeris@colliers.com



Tamila Nussupbekova
Associate | Research
Tel. +421 911 556 899
tamila.nussupbekova@colliers.com

554 biura w
68 krajach na
6 kontynentach

Stany Zjednoczone: **153**

Kanada: **34**

Ameryka Łacińska: **24**

Azja Pacyfik: **231**

EMEA: **112**

2,3 mld EUR

roczny przychód w 2016

170 mln m²

powierzchni w zarządzaniu

15 000

pracowników

Colliers International

Colliers International Group Inc. (NASDAQ i TSX: CIGI) jest globalną firmą doradczą działającą w obszarze rynku nieruchomości komercyjnych. Posiada biura w 68 krajach, w których zatrudnia 15 000 pracowników. Colliers International oferuje pełen zakres usług podmiotom związanym z rynkiem nieruchomości. Firma doradza najemcom, właścicielom nieruchomości oraz inwestorom na całym świecie. Oferuje pośrednictwo w zakresie wynajmu i sprzedaży, globalne rozwiązania korporacyjne, obsługę transakcji inwestycyjnych i rynków kapitałowych, zarządzanie projektami, usługi w zakresie workplace solutions, zarządzanie nieruchomościami oraz majątkiem spółek, wycenę nieruchomości, a także badania rynku dostosowane do potrzeb klientów oraz doradztwo strategiczne. Colliers International znalazł się w rankingu Global Outsourcing 100 – liście czołowych firm działających w sektorze outsourcingu. Spółka została wyróżniona już po raz dziesiąty z rzędu, czyli więcej niż którakolwiek spośród firm doradczających na rynku nieruchomości. Autorem rankingu jest International Association of Outsourcing Professionals

www.colliers.com

Colliers International w Polsce działa od 1997 roku i posiada biura w Warszawie, Krakowie, Wrocławiu, Poznaniu, Gdańsku, Katowicach i Łodzi, w których łącznie zatrudnia ponad 250 specjalistów. Firma została uhonorowana wieloma prestiżowymi nagrodami przyznanymi m.in. w konkursach: Eurobuild, CIJ Journal, CEE Quality Awards, International Property Awards. Ostatnio otrzymane przez Colliers wyróżnienia to nagroda Outsourcing Star dla jednej z firm nieruchomościowych najprężniej działających w sektorze outsourcingu oraz Gazele Biznesu przyznawane najdynamiczniej rozwijającym się firmom w Polsce.

www.colliers.pl

Colliers International
Pl. Piłsudskiego 3
00-078 Warszawa, Polska
+48 22 331 78 00



Wszelkie prawa zastrzeżone © 2017 Colliers International.

Informacja zawarte w niniejszym dokumencie zostały pozyskane ze źródeł uważanych za rzetelne. Pomimo dłożenia należytych starań, nie gwarantujemy precyzjności tych informacji. W związku z powyższym, zachęcamy czytelników do konsultacji informacji i treści zawartych w tym raporcie z ich profesjonalnymi doradcami.

