

Polska | Rynek handlowy

ZAKUPY W BIUROWCU

I kwartał 2018

SPIS TREŚCI

WSTĘP	3
RYNEK BIUROWY STOLICY	4
OCZEKIWANIA UŻYTKOWNIKÓW	7
POWIERZCHNIE HANDLOWO-USŁUGOWE	11
AMSTERDAM, FRANKFURT, LONDYN...	18



WSTĘP

Od lat 90. rynek biurowy stolicy cechuje dynamiczny rozwój. Obecnie w ok. 500 nowoczesnych biurowcach Warszawy pracuje blisko 530 tys. osób, spędzając w nich często ponad osiem godzin dziennie. Jaka infrastrukturę handlowo-usługową, zarówno pod względem wielkości, jak i jakości oferty, zapewniają im ich biurowce? Czy ta oferta jest wystarczająca, szczególnie w kontekście silnie konkurencyjnego rynku pracy w stolicy? Czy lista najemców lokali handlowo-usługowych w biurowcach jest zróżnicowana? Które z sektorów, poza gastronomią, cechuje największy rozwój? Czy istnieje jeden „przepis” na udaną część handlowo-usługową i czy w każdym przypadku stanowi ona wartość dodaną inwestycji?

Badanie oferty handlowo-usługowej biurowców stolicy przeprowadzone przez ekspertów Colliers International w lutym i marcu 2018 r. objęło grupę ok. 300 budynków (wszystkie, które mają tego typu lokale). Badaliśmy lokalizacje wg stref biurowych, liczbę i wielkość lokali, najemców wg sektorów, pustostany oraz poziom czynszów i opłat serwisowych.

Integralną częścią naszego raportu było także badanie ankietowe wykonane na próbie blisko 200 pracowników warszawskich biurowców w marcu br., w którym zapytaliśmy respondentów o jakość istniejącej oferty handlowo-usługowej w ich miejscach pracy oraz o ich oczekiwania względem tej oferty.

W raporcie zamieściliśmy również kilka przykładów inwestycji zagranicznych – z Amsterdamu, Frankfurtu i Londynu, prezentujących innowacyjne podejście do funkcji uzupełniających w biurowcach, w zależności od ich lokalizacji. W naszym opracowaniu nie zabrakło także opinii profesjonalistów, uzyskanych dzięki uprzejmości naszych rozmówców.

[Zapraszamy do lektury raportu.](#)



RYNEK BIUROWY STOLICY

W ubiegłym roku ukończono 27 budynków biurowych o łącznej powierzchni ponad 275 tys. m². Na koniec 2017 r. największy wzrost zasobów odnotowały strefy: Mokotów (72,3 tys. m²) – gdzie oddano 6 projektów, Żwirki i Wigury (62,2 tys. m²) – głównie w wyniku ukończenia parku biurowego Business Garden (54,9 tys. m²) oraz Centrum (52,5 tys. m²). Wśród największych obiektów wymienić należy: drugi etap West Station (35 tys. m²) przy Al. Jerozolimskich, D48 na Służewcu (23,4 tys. m²) w strefie Mokotów, pierwszy z budynków kompleksu Generation Park X (20,1 tys. m²) oraz projekt Bobrowiecka 8 (20 tys. m²). Działalność deweloperska w sektorze biurowym w Warszawie nie zwalnia tempa – pod koniec 2017 r. w stolicy w budowie pozostawało blisko 800 tys. m² powierzchni.

Popyt brutto odnotowany w minionym roku w Warszawie ukształtował się na bardzo dobrym poziomie, zbliżonym do poprzednich dwóch lat (2015-2016). Łączny wolumen transakcji wyniósł ponad 820 tys. m², co stanowi 9-procentowy wzrost w stosunku do roku 2016. Bardzo dobry wynik osiągnęła również absorpcja powierzchni biurowej – 341 tys. m². Najwięcej umów najmu podpisano w strefach: Centrum (208,5 tys. m²), Mokotów (204,5 tys. m²) oraz COB (163,8 tys. m²). Nowe kontrakty stanowiły ponad 63% popytu, a transakcje typu pre-let prawie 18%.

Zainteresowanie najemców powierzchnią biurową w Warszawie nie maleje, stolica wciąż przyciąga nowe firmy, a obecni już w niej najemcy renowują umowy, często dokonując ekspansji powierzchni. Na koniec czwartego kwartału 2017 r. współczynnik powierzchni niewynajętej wyniósł 11,7%, co stanowi spadek o 2,5 p.p. w porównaniu z końcówką roku 2016. Najwięcej powierzchni zostało wchłoniętej w dwóch centralnych strefach, gdzie spadek wyniósł 8,2 p.p., do czego przyczynił się wysoki poziom popytu oraz dużo niższa



WARSZAWSKIE STREFY BIUROWE



- COB – Centralny Obszar Biznesu
- Centrum
 - (1) Północne Centrum
 - (2) Wschodnie Centrum
 - (3) Południowe Centrum
 - (4) Zachodnie Centrum
- Wschód
- Jerozolimskie
 - (5) Górne, (6) Dolne
- Mokotów
 - (7) Służewiec
- Północ
- Puławska
- Ursynów, Wilanów
- Zachód
- Żwirki i Wigury

Źródło: Colliers International, kwiecień 2018 r.

niż w 2016 r. nowa podaż dostarczona na rynek. Czynsze bazowe utrzymywały się na stabilnym poziomie. W centralnej strefie najemcy musieli zapłacić od 17 do 22 EUR/m²/miesiąc, natomiast poza centrum 12-16 EUR/m²/miesiąc.

W związku z niską stopą bezrobocia trwa walka wśród pracodawców o pozyskanie talentów, a przyjazne biuro staje się jednym z elementów motywacyjnych. Trend zmiany przestrzeni pracy

i otoczenia biznesowego będzie się umacniał, co pozytywnie wpłynie na popyt na powierzchnie biurowe i rozwój jakościowy tego rynku. Pochodną tej tendencji jest zwiększanie i urozmaicanie przez deweloperów oferty handlowo-usługowej w biurowcach – zarówno parterowej (kawiarnie, restauracje, sklepy), jak i na poziomach wyższych (fitness kluby, kliniki medyczne, kantyny) oraz niższych (myjnie, pralnie).



CEDET

MICHAŁ ŻELSKI

**SENIOR LEASING
MANAGER,
ECHO INVESTMENT**

Kiedyś prosta kantyna

„(...) Kiedyś prosta kantyna, a dziś dobrze urządzona restauracja lub bistro. Kiedyś szary automat z kawą rozpuszczalną – dziś kawiarenka, w której oprócz aromatycznej kawy z ulubionymi dodatkami, znajdziemy przepyszne domowe ciastko. Coraz częściej w biurach pojawiają się małe butiki i salony piękności, a o nasz wygląd w ekspresowym tempie może zadbać kosmetyczka, fryzjer, barber czy manikiurzystka. Biurowce to dziś już coś więcej niż przestrzeń, w której się wyłącznie pracuje. Nowe pokolenie pracowników przynosi ze sobą do firm świeżość i energię, ale potrzebuje przestrzeni, by ją rozwijać. Coraz więcej firm zauważa, że jeśli takiej przestrzeni nie zapewni, to będzie miała problem ze zdobyciem i utrzymaniem pracowników.

Najemcy, którzy tych przestrzeni używają na co dzień, chcą mieć pod ręką te same usługi, które oferuje im centrum miasta. Dlatego w naszych biurach partery są przeznaczone wyłącznie na takie usługi: przedszkola, w których spokojnie możemy zostawić dzieci pod opieką, sklepy, w których załatwimy codzienne zakupy, restauracje, w których spotkamy się ze znajomymi, czy rozmaite punkty usługowe. Według dzisiejszych standardów to miejsce na chwilę wytchnienia w miłej atmosferze, szukanie inspiracji czy załatwienie prozaicznych potrzeb dnia codziennego. Pracowników w nowoczesnych biurach wita przyjazne lobby, dalej zaprasza apetyczna restauracja, przytulna kawiarenka, energetyczna siłownia czy klub fitness. To, co znajdzie się w przestrzeniach wspólnych, zależy właśnie od upodobań najemców. To pracownikom oddajemy głos, by sami powiedzieli, czego potrzebują, by czuć się dobrze w miejscu, w którym spędzają większość swojego dnia. Jesteśmy otwarci na taką rozmowę, bo w ten sposób uczymy się, jak odpowiadać na zmieniające się wymagania i potrzeby społeczne. Tak też zdobywamy zaufanie naszych partnerów (...).”

RONAN MARTIN

**DYREKTOR
OPERACJI,
CARREFOUR POLSKA**

Zakupy codzienne

„(...) Carrefour Polska posiada obecnie 6 sklepów w formacie convenience zlokalizowanych w budynkach biurowych – dwa z nich znajdują się w Krakowie, trzy w Warszawie, jeden w Łodzi. Sklepy działające pod szyldem Carrefour Express mają powierzchnię ok. 100 m², a ich oferta dopasowana jest przede wszystkim do potrzeb pracowników biur, którzy są głównymi klientami tych lokalizacji. Jest to klient lojalny, który w sklepie zaspokaja potrzeby zakupowe, jakie pojawiają się u niego w ciągu dnia. Duży udział w sprzedaży ma w związku z tym nabiał, pieczywo i inne produkty typowo śniadaniowe, a także dania gotowe do spożycia. Popularnością cieszą się również produkty droższe – alkohole prezentowe, czekolady oraz bombonierki.

Aby jeszcze trafniej odpowiedzieć na potrzeby pracowników biur, w ofercie sklepów znajduje się także – obok asortymentu spożywczego – koncept Bistro Express. Oferuje on klientom m.in. ciepłe hot dogi, wypiekaną na miejscu pizzę, frytki czy polędwiczki z kurczaka, a także gorące napoje. Klienci mogą również podgrzać zakupione w sklepie gotowe dania lub zalać wrzątkiem zupę czy owsiankę, a następnie zjeść posiłek na miejscu, korzystając z dostępnych w sklepie stolików.

Sklepy zlokalizowane w biurach odwiedzają też mieszkańcy okolicznych bloków oraz osoby mijające je w drodze do domu czy pracy. Są oni co prawda rzadszymi klientami, jednak zazwyczaj generują wyższy koszyk zakupowy. Warto również dodać, że z uwagi na specyfikę lokalizacji sklepy te cechuje dużo niższy obrót w weekendy, gdy biura są nieczynne. Dlatego też godziny otwarcia w soboty i niedziele są znacznie krótsze, a niektóre sklepy – jak np. krakowski Carrefour Express przy ul. Czerwone Maki – są całkowicie zamknięte (...).”

OCZEKIWANIA UŻYTKOWNIKÓW

Na potrzeby niniejszego raportu eksperci Colliers International przeprowadzili ankietę wśród blisko 200 pracowników warszawskich biurów. Badanie dotyczyło oczekiwań względem infrastruktury handlowo-usługowej w ich miejscach pracy. W ankiecie zapytaliśmy też, z jakiej oferty korzystają najczęściej i jakiego typu zakupów dokonują. Chcieliśmy również wiedzieć, ile pieniędzy pracownicy wydają na codzienne zakupy, a także czego im brakuje, aby mogli zaspokoić swoje potrzeby w trakcie ośmiogodzinnego dnia pracy.

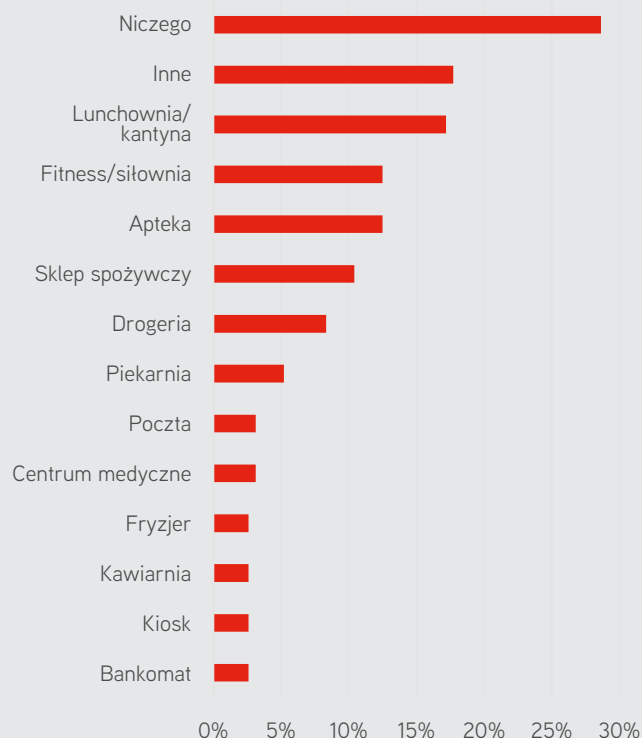
Zgodnie z przewidywaniami respondenci podczas dnia pracy najczęściej korzystają z kawiarni, kiosku i lunchowni/kantyny, a kolejne miejsca na liście zajmują restauracje i sklepy z artykułami spożywczymi. Co ciekawe, wpływ na kształt odpowiedzi miała płeć pracowników. W przypadku kobiet punktami, z których często korzystają podczas pracy, są również drogeria i bank, a mężczyźni udają się też do banku oraz centrum medycznego. Nie bez znaczenia pozostaje także wiek ankieterów. Korzystanie z kawiarni i sklepów z artykułami spożywczymi deklarowały najczęściej osoby bardzo młode, podczas gdy z produktów oferowanych przez kioski oraz lunchownie/kantyny korzystali pracownicy w pełnym przekroju wiekowym. Restauracje stanowiły głównie zainteresowanie osób w średnim wieku.

Najczęściej kupowanymi przez respondentów podczas dnia pracy produktami są: kanapka, lunch, drobna przekąska, a także kawa lub herbata. W skład codziennych zakupów wchodzi też lekarstwa i prasa, a 5% ankieterów zaopatruje się również w wyroby tytoniowe.

Typ codziennych wydatków klientów obrazuje kwota na nie wydawana – 70% respondentów twierdzi, że na codzienne zakupy przeznaczają 11-30 PLN.

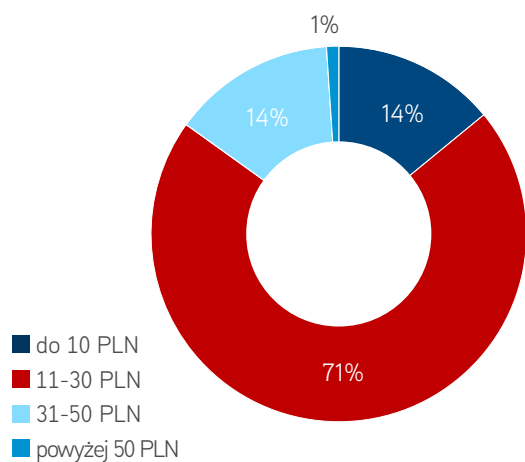


**CZEGO BRAKUJE PANU/PANI W OFERCIE
HANDLOWO-USŁUGOWEJ BIUROWCA, W KTÓRYM
PAN/PANI PRACUJE (LUB W JEGO NAJBLIŻSZYM
SĄSIEDZTWIE)?**



Źródło: Colliers International, kwiecień 2018 r.

**JAKĄ KWOTĘ PRZEZNACZA PAN/PANI NA
CODZIENNE ZAKUPY W BUDYNKU BIUROWYM,
W KTÓRYM PAN/PANI PRACUJE?**



Źródło: Colliers International, kwiecień 2018 r.

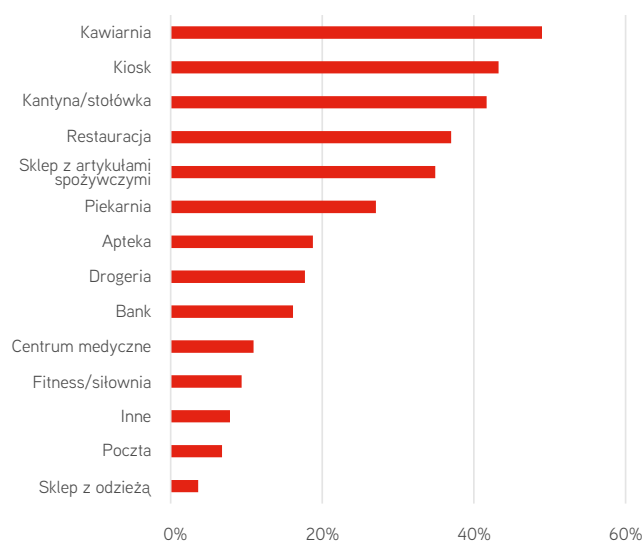
Jedynie 30% respondentów jest zadowolonych z oferty handlowo-usługowej w swoich miejscach pracy i twierdzi, że niczego im nie brakuje. Pomimo dość rozwiniętej infrastruktury gastronomicznej w biurowcach, dużej grupie ankietowanych doskwiera brak kantyn z prostymi posiłkami dobrej jakości i w przystępnej cenie (obiady domowe). Pracownicy akcentują również problem małej różnorodności oferty gastronomicznej i zbyt wysoki poziom cenowy.

Wśród oczekiwanych udogodnień wymieniano często fitness klub/siłownię i sklep z artykułami spożywczymi.

Respondenci oczekują także bogatszej oferty z sektora zdrowia i uroda – kobiety aptek i drogerii, a mężczyźni więcej usług, np. fryzjerskich.

W opinii ankietowanych w biurowcach przydałyby się również sklepy z akcesoriami mody, szczególnie pomocne w sytuacjach „awaryjnych” (rajstopy, parasol itp.) czy też przy nieplanowanych wcześniej spotkaniach biznesowych (koszula męska, krawat).

**Z CZEGO NAJCZĘŚCIEJ KORZYSTA PAN/PANI
W BUDYNKU BIUROWYM, W KTÓRYM PAN/PANI
PRACUJE?**



Źródło: Colliers International, kwiecień 2018 r.



Royal Wilanów

KAROL WYKA

COUNTRY LEASING
DIRECTOR,
HB REAVIS

Przestrzeń wielofunkcyjna

„(...) Centra biznesowe stają się przestrzenią wielofunkcyjną i tylko kwestią czasu jest pojawienie się w nich kolejnych udogodnień dla nowych pokoleń pracowników. Już teraz w biurowcach działają centra fitness, banki, pralnie, biura podróży czy apteki. Coraz częściej otwierane są w nich również sklepy spożywcze, drogerie, przychodnie, salony z elektroniką, a nawet butiki marek odzieżowych. Widać też dużą zmianę oferty gastronomicznej. W biurowcach zjemy już nie tylko w kantynie, ale też w restauracji à la carte czy przytulnym bistro.

To trend, który od kilku lat bierzemy pod uwagę we wszystkich projektach HB Reavis. Ogólnodostępne partery Gdański Business Center, West Station czy Postępu 14 tworzą atrakcyjną przestrzeń, z której chętnie korzystają także pracownicy sąsiednich budynków czy okoliczni mieszkańcy. Podobnie będzie w Varso – naszej największej inwestycji w Warszawie. Na handel i usługi przeznaczylimy tam 8 tys. m², a szczególną atrakcją tego miejsca będzie taras widokowy oraz restauracja i bar na szczycie najwyższej części kompleksu.

Szczególnie ważne jest staranne przemyślenie przestrzeni dla handlu i usług już na etapie projektowym, uwzględniające wymogi branżowe. Np. centra fitness potrzebują dużych lokali, a restauracja musi mieć zapewnioną wydajną wentylację i dostęp dla dostawców. Z kolei centrum medyczne potrzebuje bardziej skomplikowanej sieci przyłączy wodno-kanalizacyjnych. Wprowadzanie takich rozwiązań w istniejącym budynku jest zawsze bardziej skomplikowane (...).”

ADAM RINGER

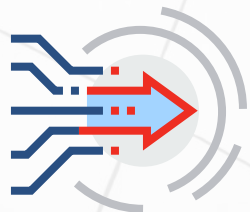
WŁAŚCICIEL,
GREEN CAFFÉ NERO

Kawiarnia w biurowcu

„(...) Kawiarnia w biurowcu ma inną charakterystykę niż kawiarnia miejska. My spędziliśmy bardzo dużo czasu na wypracowaniu takiego modelu – kawiarnię w biurowcu widzimy jako miejsce spotkań i pracy. Oczywiście wszystko zależy od tego, jaki jest biurowiec i gdzie jest zlokalizowany, generalnie jednak nasze kawiarnie w biurowcach to lokale duże, otwarte pięć dni w tygodniu (poza tymi, które mają charakter mieszany, tj. biurowo-miejski). Wiele z takich kawiarni ma swoje „drugie życie”, po godzinach biurowych stają się swoistymi centrami co-workingowymi dla ludzi pracujących na własny rachunek, miejscami spotkań okolicznych mieszkańców, a nawet centrami nauki języków obcych.

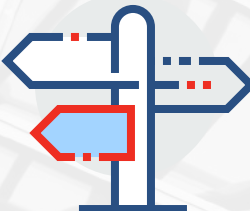
Pierwsza rzecz, na jaką patrzymy, to liczba ludzi pracujących w danym biurowcu. Puste pokoje nie piją kawy. To olbrzymie ryzyko dla wynajmującego lokal handlowo-usługowy w biurowcu, szczególnie że często najem odbywa się na etapie pre-let. Problemem są również inwestycje wieloetapowe, trudno ocenić, w której fazie wejść w najem, jak duży lokal wynająć i na jakich warunkach finansowych. Zdarza się też, że obiekty biurowe okresowo pustoszeją, gdy wyprowadzają się najemcy biurowi. W biurowcach nie ma ludzi w soboty i niedziele. Najlepsze są zatem lokalizacje mieszane – biurowo-miejskie (...).”

HANDEL W BIUROWCACH



STANDARDOWY „PRZEPIS”
NA ZESTAW NAJEMCÓW
W BIUROWCU

- Dyskont spożywczy
- Drogeria
- Oddział banku
- Kawiarnia lub fast food
- Kiosk



NIESTANDARDOWY „PRZEPIS”
NA ZESTAW NAJEMCÓW
W BIUROWCU

- Klinika medyczna/gabinet lekarski
- Specjalistyczny sklep spożywczy
- Kantyna/restauracja
- Sklep z akcesoriami mody
- Przedszkole



NAJCZĘSTSII NAJEMCY
SIECIOWI W WARSZAWSKICH
BIUROWCACH

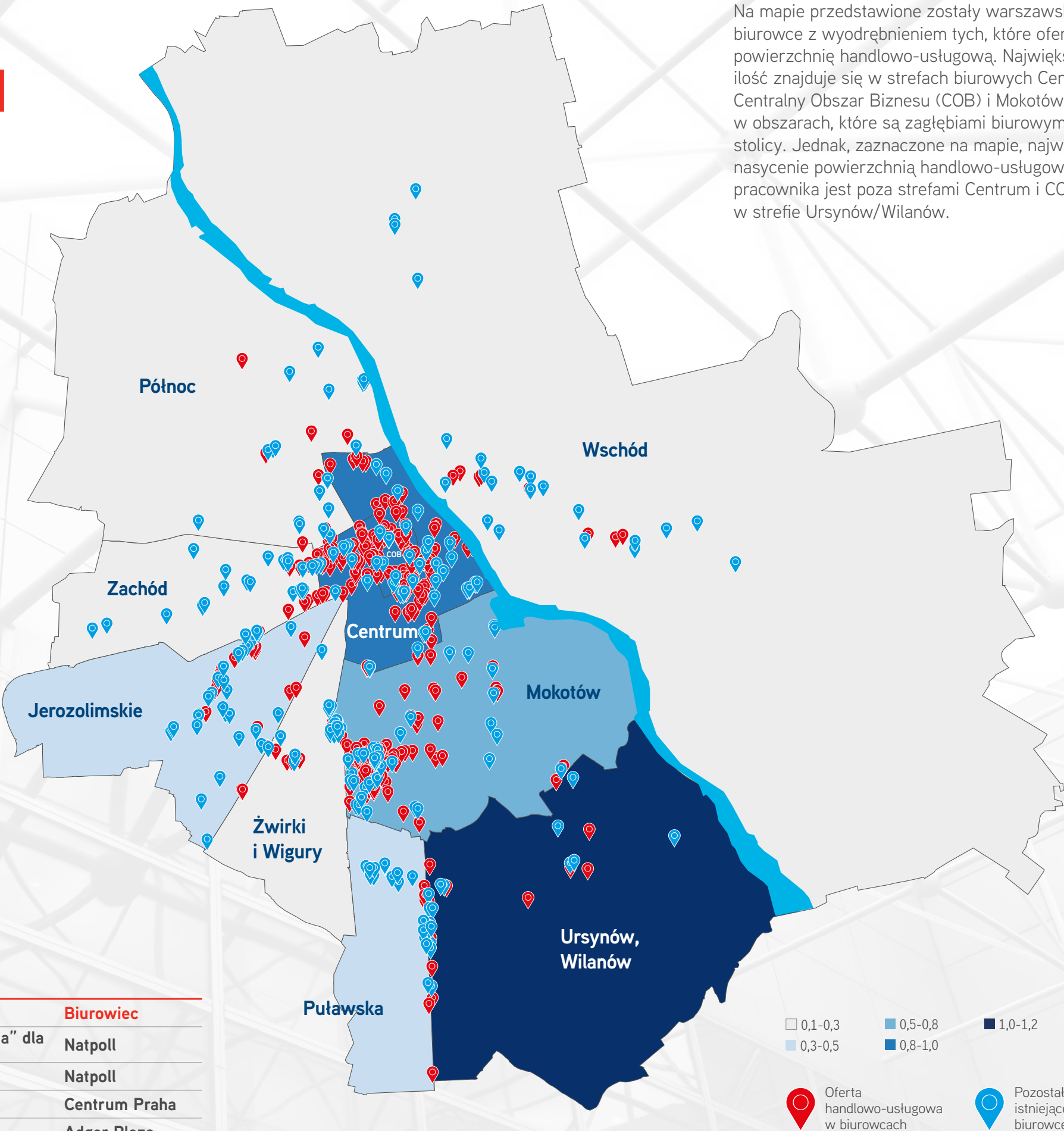
- Nowakowski Gorąco Polecam
- Costa Coffee
- Green Caffé Nero
- Inmedio
- Żabka



NIETYPOWI NAJEMCY HANDLOWO-USŁUGOWI
W BIUROWCACH

Nazwa	Opis	Biurowiec
Wash-dog	Samobsługowa „myjnia” dla psów	Natpoll
Strzelnica	Strzelnica	Natpoll
Kino Praha	Kino	Centrum Praha
Pomarańczowa Ciuchcia	Przedszkole	Adgar Plaza
Kuchnia Spotkań IKEA	Showroom/miejsce spotkań	Pasaż Lipińskiego

Na mapie przedstawione zostały warszawskie biurowce z wyodrębnieniem tych, które oferują powierzchnię handlowo-usługową. Największa jej ilość znajduje się w strefach biurowych Centrum, Centralny Obszar Biznesu (COB) i Mokotów, czyli w obszarach, które są zagłębiami biurowymi stolicy. Jednak, zaznaczone na mapie, największe nasycenie powierzchnią handlowo-usługową na pracownika jest poza strefami Centrum i COB, w strefie Ursynów/Wilanów.



POWIERZCHNIE HANDLOWO- USŁUGOWE

Wielkość i charakterystyka zasobów

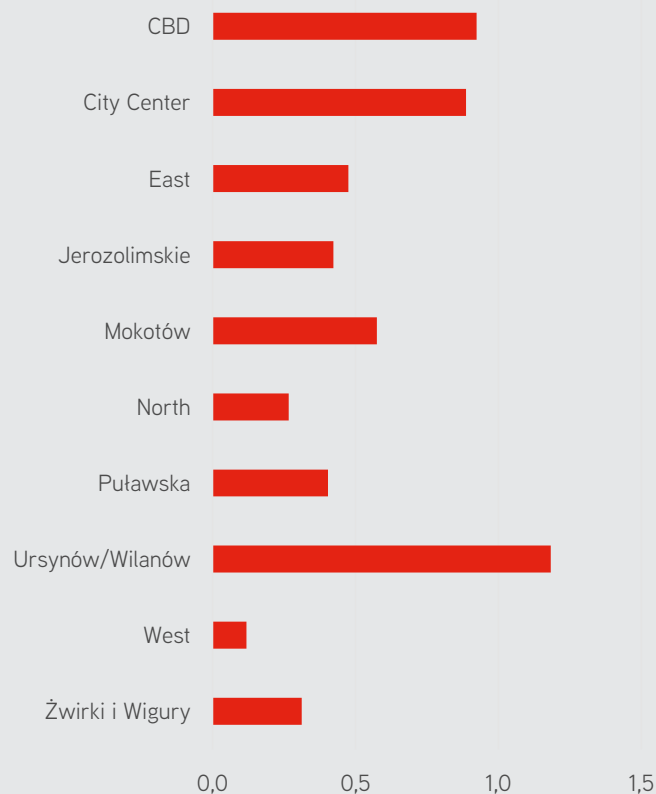
Zgodnie z wynikami badania przeprowadzonego przez ekspertów Colliers International w lutym i marcu 2018 r. aż 60% biurowców istniejących na warszawskim rynku oferuje powierzchnie handlowo-usługowe – to blisko 1,2 tys. lokali o łącznej powierzchni 332 tys. m². Zasoby te stanowią przedmiot analiz prezentowanych w niniejszym raporcie.

Moduły handlowo-usługowe w większości biurowców są niewielkie – 90% obiektów dysponuje maksymalnie 10 lokalami, a 80% powierzchnią nieprzekraczającą 2000 m². Największe moduły handlowo-usługowe znajdują się w obiektach: Pl. Unii (biurowiec i centrum handlowe Plac Unii City Shopping), Koszyki (biurowiec i Hala Koszyki), Royal Wilanów, Millennium Plaza i Europlex. Dominują lokale handlowo-usługowe ulokowane na parterach budynków (80%), na piętrze pierwszym funkcjonuje ok. 5% najemców, a poziomy poniżej i powyżej wykorzystywane są w celach handlowo-usługowych tylko sporadycznie. Większość lokali przeznaczonych na działalność handlowo-usługową w biurowcach posiada witryny zewnętrzne (70%), a blisko 30% jest dostępnych i widocznych jedynie z wewnątrz budynku.

Biorąc pod uwagę lokalizację, najwięcej powierzchni handlowo-usługowej w biurowcach znajduje się w strefach Centrum (Południowe i Zachodnie), COB oraz Mokotów, czyli w najbardziej atrakcyjnych i największych lokalizacjach biurowych stolicy. Analizując natomiast współczynnik m² powierzchni handlowo-usługowej przypadającej na pracownika, największą ofertę mają nie tylko obiekty zlokalizowane w strefie COB i Centrum, ale także Ursynów/Wilanów. W tej ostatniej strefie deweloperzy, realizując swoje inwestycje biurowe,



POWIERZCHNIA HANDLOWO-USŁUGOWA PRZYPADAJĄCA NA PRACOWNIKA W POSZCZEGÓLNYCH STREFACH BIUROWYCH (M²/OSOBĘ)



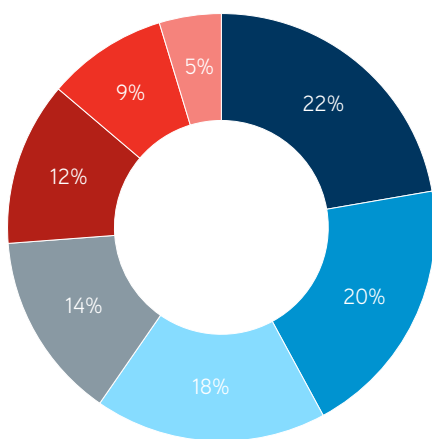
Źródło: Colliers International, kwiecień 2018 r.

zadbali również o potrzeby użytkowników nowo powstających osiedli mieszkaniowych.

Wśród biurowców posiadających największe moduły handlowo-usługowe w strefie COB należy wymienić: Centrum LIM, Ethos, Rondo 1 i Spektrum Tower. W strefie Centrum najczęściej tego typu powierzchni mają: PL Unii, Europlex, Millennium Plaza, Koszyki i Swede Centre. Na Mokotowie lokale handlowo-usługowe znajdziemy w biurowcach Mokotów Box, Konstruktorska BC i Marynarska BP. W strefie Ursynów/Wilanów powierzchnie tego typu deweloperzy zapewnili w Royal Wilanów oraz Wilanów Office Park.

Na potrzeby niniejszego raportu dokonany został autorski podział warszawskich budynków biurowych w zależności od roli, jaką pełnią w nim handel, usługi i gastronomia. Wyodrębniono sześć typów biurowców: obiekty przy ulicach handlowych (w sąsiedztwie intensywnego, naturalnego natężenia ruchu pieszego), obiekty zlokalizowane obok węzłów komunikacyjnych (dużych punktów przesiadkowych), obiekty o funkcjach mieszanych (biurowiec z centrum handlowym), obiekty biurowe, gdzie handel służy pracownikom i mieszkańcom (w sąsiedztwie dużych kompleksów mieszkaniowych), obiekty biurowe, w których handel i usługi służą głównie pracownikom, oraz parki biurowe.

UDZIAŁ POWIERZCHNI HANDLOWO-USŁUGOWEJ WG TYPU BUDYNKU



- obiekty przy głównych ulicach handlowych
- obiekty z handlem/usługami głównie na potrzeby pracowników
- parki biurowe
- obiekty z handlem/usługami na potrzeby pracowników i mieszkańców
- obiekty w sąsiedztwie węzłów komunikacyjnych
- obiekty o funkcjach mieszanych (biurowiec i centrum handlowe)
- inne

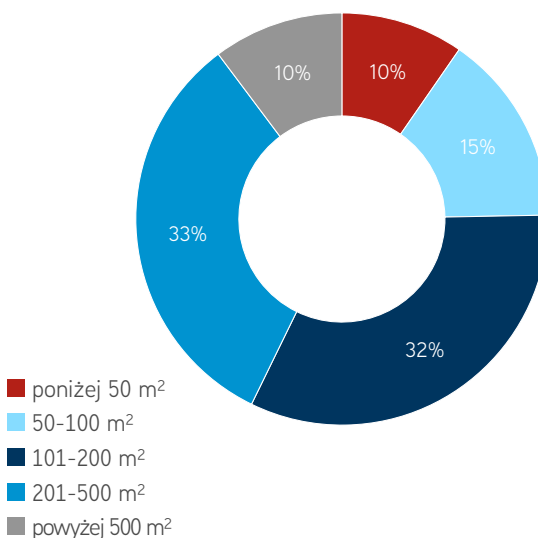
Źródło: Colliers International, kwiecień 2018 r.

Deweloperzy doceniają potencjał lokalizacji przy głównych ulicach handlowych, przypada na nią aż 22% całkowitej powierzchni handlowo-usługowej, jaka istnieje w warszawskich biurowcach. Wyraźnie zaznacza się również trend, zgodnie z którym standardem rynkowym staje się zapewnienie pracownikom firm wynajmujących powierzchnię biurową kompleksowej infrastruktury handlowo-usługowej w miejscu pracy. Aż 20% całkowitej powierzchni handlowo-usługowej znajduje się w parkach biurowych, a 18% służy głównie zaspakajaniu potrzeb pracowników. Na rynku warszawskim istnieje niewiele obiektów o funkcjach mieszanych, łączących biurowiec z centrum handlowym (9%), sytuacja jednak zaczyna się zmieniać – w realizacji pozostaje bowiem obecnie kilka tego typu budynków.

Dostępność powierzchni

Ilość wolnej powierzchni handlowo-usługowej w warszawskich biurowcach jest umiarkowana. W trakcie przeprowadzonego przez ekspertów Colliers International badania na rynku dostępnych było ok. 170 ofert najmu lokali handlowo-usługowych o łącznej powierzchni 42,3 tys. m². Współczynnik pustostanów wyniósł 13,8%, według liczby lokali, a 12,7% – według wolnej powierzchni. Najwięcej lokali handlowo-usługowych na wynajem znajduje się w strefie Centrum i COB oraz Mokotów, a najmniej w strefach Zachód, Wschód, Żwirki i Wigury oraz Puławska.

STRUKTURA DOSTĘPNYCH LOKALI HANDLOWO-USŁUGOWYCH W BIUROWCACH



- poniżej 50 m²
- 50-100 m²
- 101-200 m²
- 201-500 m²
- powyżej 500 m²

Źródło: Colliers International, kwiecień 2018 r.

Największym powodzeniem na rynku cieszą się małe lokale, o powierzchni poniżej 50 m², a także te w przedziale 50-100 m². Najtrudniejsze do wynajęcia są natomiast lokale średniej wielkości – 101-200 m² oraz 201-500 m².

Biorąc pod uwagę typy biurowców, największa dostępność powierzchni handlowo-usługowych występuje w obiektach zlokalizowanych przy głównych ulicach handlowych (47 wolnych lokali o łącznej powierzchni ponad 11 tys. m²). W budynkach, gdzie handel, usługi i gastronomia obsługują głównie pracowników, znajdziemy 36 ofert najmu, łącznie na ponad 10 tys. m², co świadczyć może o niedopasowaniu zbudowanych modułów do potrzeb użytkowników powierzchni. Podobna obserwacja dotyczy parków biurowych, w których do wynajęcia pozostają 34 lokale o łącznej powierzchni 8,5 tys. m².

Czynsze i inne warunki najmu

Poziom czynszów za powierzchnie handlowo-usługowe jest bardzo zróżnicowany. Najwyższy osiągają lokale na parterach najlepszych biurowców przy głównych ulicach handlowych (35-55 EUR/m²/miesiąc), znanych jest także kilka przypadków, gdzie oczekiwane czynsze oscylują wokół 100 EUR/m²/miesiąc. Stawki w biurowcach zlokalizowanych w sąsiedztwie węzłów przesiadkowych to poziom 20-25 EUR/m²/miesiąc, natomiast w biurowcach z ofertą skierowaną głównie do pracowników i okolicznych mieszkańców – 15-20 EUR/m²/miesiąc.

POZIOM CZYNSZÓW ZA LOKALE HANDLOWO-USŁUGOWE W BIUROWCACH (EUR/M²/MIESIĄC)



Źródło: Colliers International, kwiecień 2018 r.

Czynsze w wysokości 25-35 EUR/m²/miesiąc oferowane są za lokale handlowo-usługowe w takich strefach biurowych, jak COB, Centrum i Mokotów. W mniej atrakcyjnych lokalizacjach biurowych kształtują się one na poziomie 15-20 EUR/m²/miesiąc.

Do wyjątków należą sytuacje, w których czynsz za lokal handlowo-usługowy na parterze nowoczesnego biurowca wynosi poniżej 15 EUR/m²/miesiąc. Zdarza się jednak, że deweloper na etapie projektowym planuje lokal pod specyficzną działalność, będącą wartością dodaną inwestycji (np. fitness czy klinika) – w takim przypadku oczekiwana stawka czynszu może być jednocyfrowa.

Stawki dyktuje także wielkość lokalu i jego usytuowanie w budynku, choć różnice nie są tak duże jak w przypadku samej lokalizacji obiektu. Poziom kosztów eksploatacyjnych zależy natomiast głównie od położenia budynku – w strefach centralnych przekracza on 20 PLN/m²/miesiąc, a poza nimi kształtuje się na poziomie 15-17 PLN/m²/miesiąc. Dodatkową opłatą ponoszona przez najemcę handlowo-usługowego w biurowcu jest add-on factor, czyli udział w części wspólnej powierzchni biurowca.

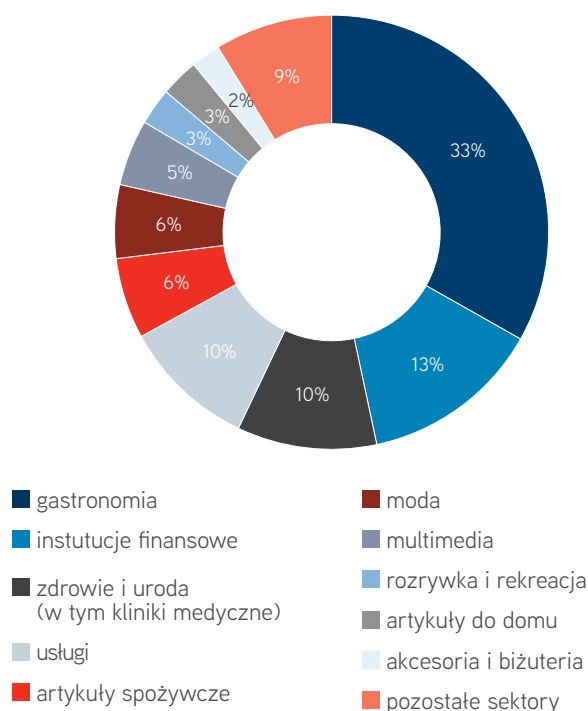
W wielu budynkach wyjściowe czynsze i warunki najmu są takie jak w przypadku powierzchni biurowych (powierzchnia wykorzystywana jest opcjonalnie). Z tego powodu, podobnie jak w przypadku najemcy biurowego, przeprowadzana jest analiza finansowa stabilności potencjalnego najemcy, wymagane są dodatkowe zabezpieczenia (gwarancja bankowa, kaucja lub poręczenie majątkowe), a także np. pokrycie dodatkowych kosztów wynikających z przeliczenia współczynnika powierzchni wspólnej. Coraz częściej jednak na rynku spotyka się oferty przygotowane specjalnie dla najemców z branży handlowej, usługowej i gastronomicznej, uwzględniające specyfikę ich działalności.

Istniejąca oferta handlowo-usługowa w biurowcach

W biurowcach stolicy wyróżnić można trzy grupy najemców, którzy lokują się w zależności od kondygnacji. Partery wynajmowane są zazwyczaj przez gastronomię i handel, poziomy podziemne przez usługi (w tym z branży motoryzacyjnej, np. myjnie), a poziomy powyżej parteru przez centra medyczne, fitness kluby i kantyny.

Przeprowadzone przez ekspertów Colliers International badania potwierdzają, że oferta handlowo-usługowa w warszawskich biurowcach nie jest, niestety, zbyt urozmaicona. Największą grupę najemców stanowią koncepty gastronomiczne (zarówno sieciowe, jak i indywidualne), instytucje finansowe oraz usługi. Sektory takie jak sport, artykuły dla dzieci, elektronika, akcesoria i biżuteria czy wyposażenie wnętrz rzadko wybierają tego typu lokalizacje. W biurowcach dość dobrze reprezentowany jest natomiast sektor spożywczy, a także zdrowie i uroda (w tym kliniki medyczne).

STRUKTURA BRANŻOWA NAJEMCÓW HANDLOWO-USŁUGOWYCH W BIUROWCACH (WG LICZBY LOKALI)



Źródło: Colliers International, kwiecień 2018 r.

Każda z branż ma swoją specyfikę, która może ułatwić lub utrudnić rozwój sieci handlowo-usługowych w biurowcach. Najemcy z sektora spożywczego spotykają się np. z problemami wynikającymi z konieczności zachowania biznesowego otoczenia wobec codziennej działalności handlowej (m.in. dostawy, sprzedaż alkoholu). Z kolei najemcom z branży modowej do prawidłowego funkcjonowania potrzebne jest, poza odpowiednim lokalem, otoczenie handlowe, czyli bezpośrednie sąsiedztwo innych sklepów. Problemem dla rozwoju biznesu gastronomicznego okazuje się często brak technicznych możliwości aranżacji lokalu pod wymagania wynikające z przepisów prawa.

Centra medyczne to najemcy, dla których często uwzględnić trzeba oddzielne wejście oraz usługę fit-out, czyli kompleksowe przygotowanie powierzchni. Barięą może okazać się również brak parkingu publicznego w biurowcu lub w jego sąsiedztwie.

O ile dla właścicieli biurowców najemcy z sektora handlowo-usługowego stanowią wartość dodaną inwestycji, o tyle sieci handlowe postrzegają tę lokalizację jako element całościowego rozwoju. Na warszawskim rynku istnieje grupa najemców sieciowych, którzy w swoje strategię wpisali rozwój w biurowcach. Należą do niej głównie sieci gastronomiczne oraz spożywcze, takie jak: Costa Coffee, Green Caffé Nero, Nowakowski Gorąco Polecam czy Żabka.

Struktura branżowa najemców handlowo-usługowych w biurowcach różni się w zależności od strefy. Biorąc pod uwagę trzy największe (COB, Centrum, Mokotów), można zauważyć, że w strefach COB i Centrum licznie występują najemcy z sektora mody, a biurowce mokotowskie cechuje praktycznie brak tego typu sklepów. Potrzeby w tym względzie w znacznym stopniu zaspokaja bowiem centrum handlowe Galeria Mokotów, z kolei najwięcej fitness klubów oraz sklepów z sektora zdrowie i uroda znajduje się w biurowcach w strefie Centrum. Kliniki medyczne ulokowały się natomiast głównie w strefach Centrum i Mokotów, gdzie poza pracownikami biurowymi obsługują również mieszkańców nowo powstających osiedli.



Centrum Praskie Koneser

Wpływ na strukturę branżową ma także typ biurowca. Obiekty zlokalizowane przy głównych ulicach handlowych oferują najczęściej sklepów z modą, kawiarni, restauracji, oddziałów banków oraz usług.

W budynkach, w których część handlowo-usługowa obsługuje głównie pracowników, dominują kawiarnie, kantyny, bary, a także kioski. Tam gdzie klientami oprócz pracowników są również okoliczni mieszkańcy, znajdziemy szeroki wybór usług medycznych i sklepy z wyposażeniem wnętrz. Cechą charakterystyczną biurowców znajdujących się w sąsiedztwie węzłów przesiadkowych jest stosunkowo niewielka liczba conceptów gastronomicznych. W obiektach typu mixed-use oraz w parkach biurowych oferta handlowo-usługowa jest bardzo różnorodna, przy czym bogatsza w przypadku budynków pierwszego typu.

Nowo budowane powierzchnie handlowo-usługowe w biurowcach

Mapę handlową Warszawy cechuje dynamika zmian. Wśród jej najważniejszych punktów nadal znajdziemy centra handlowe, jednak w ostatnim czasie zaobserwować możemy nowy trend polegający na zwiększaniu powierzchni handlowej w nowych biurowcach oraz inwestowanie w obiekty o funkcjach mieszanych. Tendencja ta dotyczy głównie centrum stolicy.



Adgar Park West

Powstawanie dużych powierzchni handlowych w budynkach biurowych to stosunkowo nowe zjawisko na warszawskim rynku nieruchomości komercyjnych. Na etapie projektowania deweloperzy coraz częściej przeznaczają część powierzchni na użytek handlu, usług i gastronomii. Przykładami takich inwestycji, będących obecnie w budowie, mogą być Varso, Rotunda Towers, CEDET, Centrum Marszałkowska, The Warsaw Hub, Skyliner czy Mennica Legacy Tower.

Omawiany trend dotyczy również inwestowania w rewitalizowane obiekty o funkcjach mieszanych, czego przykładem jest oddana do użytku Hala Koszyki czy powstające Centrum Praskie Koneser, EC Powiśle i Browary Warszawskie.

Łącznie w Warszawie w budowie pozostaje obecnie ok. 40 tys. m² powierzchni handlowo-usługowej, rozlokowanej w blisko 45 biurowcach – najwięcej w COB i Centrum (ponad 70%).

W najbliższych latach w warszawskich biurowcach najbardziej dynamicznie rozwijać się będą usługi z sektora zdrowie i uroda. Poza klinikami medycznymi w budynkach biurowych nie zabraknie również salonów optycznych, gabinetów stomatologicznych i niewielkich przychodni specjalistycznych. Biurowcami nadal zainteresowane będą sieci fitness, które otwierają kluby dostępne dla klientów z zewnątrz, ale także takie, które służą tylko pracownikom biurowca (np. Calypso w Q22). Bazując na trendzie popularnym w miastach Europy Zachodniej, coraz częstszymi najemcami biurowców w stolicy będą również przedszkola.

O dalszy rozwój w tych lokalizacjach zadbają także podmioty z sektora gastronomicznego (zarówno indywidualne, jak i sieciowe) oraz spożywczego (sieciowe punkty spożywcze i sklepy z żywnością specjalistyczną). Nowy kierunek gastronomii (kuchnie z różnych stron świata) podyktowany jest zmianą zwyczajów konsumenckich. Coraz częściej podróżujemy i jemy poza domem. Chętnie kupujemy również specjalistyczne produkty spożywcze, co skutkuje pojawianiem się w biurowcach sklepów ze zdrową żywnością, takich jak Organic Farma Zdrowia, funkcjonujących a także sklepów z używkami (czekolada, alkohole, minibrowary, cygara).

Dla mody sieciowej podstawowym obszarem działalności pozostaną centra handlowe. Nie oznacza to jednak, że sektor ten nie będzie rozwijał się w biurowcach. Koncepty indywidualne mają szansę zaistnieć zarówno w formule „zakupy codzienne”, jak i „oferta ekskluzywna” – w zależności od typu budynku biurowego i jego lokalizacji.

Powierzchnie w biurowcach w najlepszych lokalizacjach wynajmowane będą coraz częściej na showroomy – Ferrari użytkuje w ten sposób lokal w Centrum Bankowo-Finansowym, a Samsung w biurowcu Postępu 14. Showroomy pojawiają

się niedługo również w innych prestiżowych lokalizacjach, np. w budynku Ethos przy pl. Trzech Krzyży.

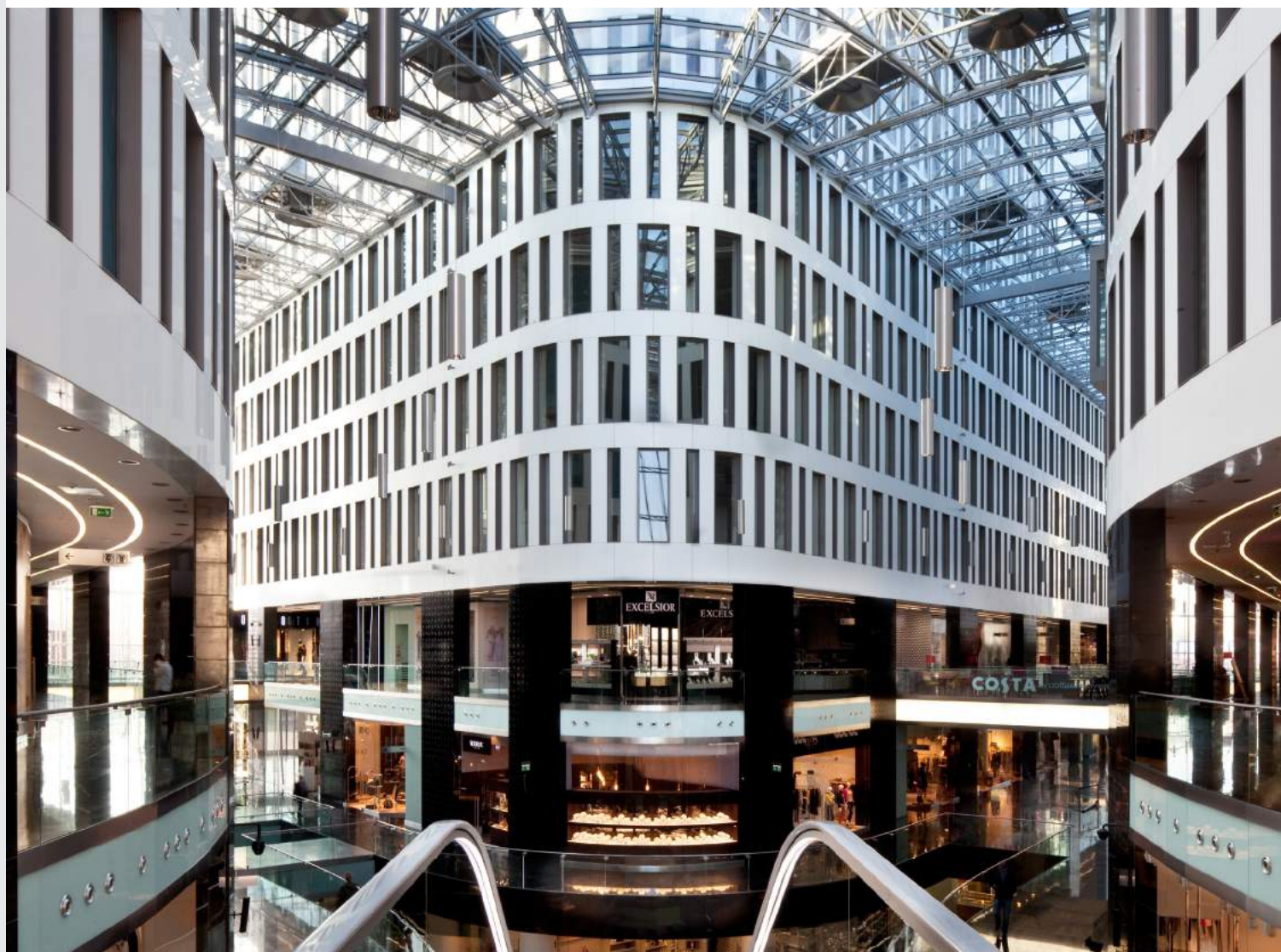
Skład branżowy warszawskich biurowców planowany jest obecnie często już na etapie projektowym i zależy w dużej mierze od ich lokalizacji, klasy i pozycjonowania. Najemcy handlowo-usługowi to znacząca pozycja na etapie pre-leť obiektu. Deweloperzy coraz częściej zdają sobie sprawę ze specyfiki podmiotów handlowo-usługowych i konieczności przygotowania dla nich specjalnych ofert, adekwatnych do prowadzonej działalności (np. kantyny mają szansę na lokalizację na parterach budynków zamiast na poziomie -1 lub +1, a gabinety medyczne na dopłaty do specyficznego fit-out).

Nowe inwestycje biurowe o rozbudowanych modułach handlowo-usługowych w centrum Warszawy są szansą na odrodzenie ulic handlowych. Proces ten musi być jednak wspierany przez

rozwiązania wypracowane we współpracy wielu podmiotów, takich jak: władze miasta, deweloperzy i inwestorzy, najemcy (obecni i potencjalni), doradcy, a także organizacje pozarządowe będące reprezentantami lokalnych społeczności.

Handel e-commerce w minimalnym stopniu wykorzystuje potencjał lokalizacji biurowych i w najbliższym czasie nie przewiduje się zmian w tym zakresie. Powodowane jest to głównie kosztami wynajmu powierzchni oraz ograniczonymi możliwościami parkowania i organizacji dostaw. Przykładem wykorzystania lokalu w warszawskim biurowcu na potrzeby e-commerce jest sklep Perfumesco w Proximo II.

Warto wspomnieć, iż wprowadzonego w Polsce niedzielnego zakazu handlu biurowce nie odczują zbyt dotkliwie, ponieważ z natury rzeczy zakupy dokonywane są w nich zwykle jedynie pięć dni w tygodniu.



Plac Unii City Shopping

**ANNA
DUCHNOWSKA**

**SENIOR DIRECTOR,
INVESCO REAL
ESTATE**

Przenikanie funkcji

„(...) Zdecydowanie widzimy trend łączenia oraz przenikania się funkcji biurowej i handlowej. Skład branżowy części handlowo-usługowej zależy oczywiście przede wszystkim od pozycjonowania biurowca i jego lokalizacji, jednak zauważamy, że generalnie liczba lokali tego typu na warszawskim rynku rośnie.

Zmienia się styl pracy, rozwijają się koncepty co-workingowe oferujące dużo różnych serwisów, a firmy muszą walczyć o najlepsze talenty i proponować to, czego pracownik oczekuje. Najemcy biurowi spodziewają się, że w zasięgu ręki będą mieli dobrej jakości ofertę zakupów codziennych – sklepy spożywcze (np. w Q22 mamy Organic Farma Zdrowia), kawiarnie, restauracje, fryzjera, kosmetyczkę, drogerię, a także fitness klub, szkołę tańca czy przedszkole.

W związku z tym coraz większa grupa deweloperów przeznaczają powierzchnie parterów lub innych kondygnacji na funkcje handlowo-usługowe. Z punktu widzenia funduszu inwestycyjnego, jakim jest Invesco, ważne, aby deweloper znalazł dobre rozwiązania na część handlowo-usługową już na etapie projektowym – chodzi tu o podłączenia mediów oraz funkcjonalność powierzchni i elastyczność aranżacji. Wierzymy, że z czasem będzie rosło zrozumienie chłonności i specyfiki tego rynku, a w rezultacie poprawiać się będzie dopasowanie parametrów planowanych przez deweloperów lokali (...)”.

PIOTR KAŁDAN

**CHIEF EXECUTIVE
OFFICER,
REDFORD & GRANT**

Polski klimat

„(...) Idea sklepu z modą w biurowcu, szczególnie ekskluzywną, jest bardzo dobra – zaplecze parkingowe, dodatkowe usługi, profesjonalne zarządzanie budynkiem i entourage biznesowy kreują pozytywny efekt synergii. Oczywiście ważna jest lokalizacja, klasa biurowca i jego otoczenie. Metropolitan to więcej niż biurowiec, to destynacja. Jesteśmy tu od 2003 r., a budynek nie zestarzał się, jest świetnie rozpoznawalny, niebawem w sąsiedztwie otworzy się luksusowy hotel Raffles.

Jednak nie można zapominać, że w Warszawie większość handlu odbywa się w centrach handlowych, które oferują duży wybór pod jednym dachem, co w warunkach polskiego klimatu ma istotne znaczenie. Sklepy z modą przy ulicach sprawdzają się jedynie wtedy, gdy są w stanie poprzez swoją ofertę wykreować silną i niepowtarzalną destynację handlową. Biurowce to nie miejsce dla sklepów sieciowych, jako że są one obecne w wielu lokalizacjach i klienci mogą wybrać tę najdogodniejszą – najczęściej są to właśnie centra handlowe. Jeśli natomiast jest to jedno jedyne miejsce w danym mieście, pogoda i inne czynniki nie mają znaczenia – do nas przyjeżdżają klienci z całej Polski (...)”.

AMSTERDAM, FRANKFURT, LONDYN...

Atlas ArenA (Amsterdam, Holandia)

Atlas ArenA to środowisko pracy stworzone z myślą o wygodzie. Park biurowy zlokalizowany jest w południowo-wschodniej części miasta, w pobliżu skrzyżowania autostrad i stacji kolejowej Bijlmer, stadionu, centrum handlowego oraz kina i sali koncertowej. Łączna powierzchnia biurowa przeznaczona na wynajem to ponad 75 tys. m². Na terenie parku zapewniono dużą liczbę miejsc parkingowych, tereny zielone do spacerów, atrakcje sportowe (w tym fitness), szkołę, przedszkole, kantyny, kawiarnie i restauracje, a także pralnię i myjnię samochodową. W kompleksie znajduje się również hotel. Park jest aktywnie zarządzany i umożliwia pracownikom udział w różnego rodzaju wydarzeniach edukacyjnych, kulturalnych oraz sportowych.

TaunusTower (Frankfurt, Niemcy)

TaunusTower to budynek biurowy zlokalizowany w sercu dzielnicy bankowej Frankfurtu, oferujący 60 tys. m² powierzchni biurowej, zintegrowany z sąsiadującymi terenami zielonymi (odnowionym przez dewelopera parkiem z zachowanymi pozostałościami murów miejskich), sklepami i gastronomią przy głównych ulicach handlowych oraz apartamentowcem. Wychodząc naprzeciw potrzebom lokalnej społeczności, w budynku udostępniono 2 tys. m² powierzchni na oddział Muzeum Sztuki Nowoczesnej. TaunusTower poza powierzchnią biurową oferuje także infrastrukturę uzupełniającą dla biznesu, m.in. kantinę, restaurację, fitness klub oraz biznes klub z częścią konferencyjną.

Fitzroy Place (Londyn, Wielka Brytania)

Fitzroy Place to unikalny kompleks zlokalizowany w centrum Londynu, łączący dwa nowe budynki biurowe (ok. 7,5 tys. m²), mieszkania oraz ekskluzywne butik, stylowe kawiarnie i modne restauracje wokół nowo zaprojektowanego zielonego skweru. W kompleksie działa luksusowy Fitzroy Club, dostępny dla mieszkańców i ich gości. Dzięki takiemu zestawowi funkcji inwestycja stanowi część dzielnicy, gdzie życie toczy się przez całą dobę. Handel i gastronomia w Fitzroy Place są kontynuacją oferty znajdującej się przy Mayfair, Marylebone, Oxford Street i Regent Street.



TaunusTower

ACROSS RETAIL: TWÓJ BIZNES Z PEŁNYM POTENCJAŁEM

TWOJE CELE BIZNESOWE

NASZA WIEDZA I SERWIS

ACROSS Retail

Aby osiągnąć sukces na dzisiejszym rynku, Twoja firma potrzebuje rozwiązań, które wykorzystają jej potencjał, zasoby i szanse. Platforma **ACROSS Retail** zapewnia pełny dostęp do wszystkich usług na rynku nieruchomości sprofilowany według potrzeb najemcy, właściciela, dewelopera lub inwestora w sektorze handlowym.

ACROSS Retail to suma doświadczeń naszych ekspertów, sztyt na miarę pakiet usług i dedykowany zespół doradczy rozumiejący Twój biznes – wszystko dostępne dla Ciebie w jednym miejscu. Wykorzystaj swój potencjał z naszą pomocą.

Colliers
INTERNATIONAL

413 biur w 69 krajach na 6 kontynentach

Stany Zjednoczone: **145**
Kanada: **28**
Ameryka Łacińska: **23**
Azja Pacyfik: **86**
EMEA: **131**

2,4 mld €

roczny przychód
w 2017

180 mln m²

powierzchni
w zarządzaniu

15 400

pracowników

KONTAKT:



Dominika Jędrak
Director
Research and Consultancy Services
+48 666 819 242
Dominika.Jedrak@colliers.com



Katarzyna Michnikowska
Associate Director
Research and Consultancy Services
+48 607 559 587
Katarzyna.Michnikowska@colliers.com



Klaudia Sionek
Junior Analyst
Research and Consultancy Services
+48 666 819 226
Klaudia.Sionek@colliers.com

Colliers International

Colliers International Group Inc. (NASDAQ i TSX: CIGI) jest globalną firmą doradczą działającą w obszarze rynku nieruchomości komercyjnych. Posiada biura w 69 krajach, w których zatrudnia 15 400 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 i 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 doradzających 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

Accelerating success.

Wszelkie prawa zastrzeżone © 2018 Colliers International.

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

