

inquiry

MARKET
RESEARCH



Trendy

na rynku handlowym



POLSKA RADA
CENTRÓW HANDLOWYCH
15 LAT



**Seniorzy –
konsumenci jutra**

Seniorzy – konsumenci jutra

Coraz **aktywniej korzystający**
z internetu i urządzeń mobilnych

Często pomijani w standardowych
kampaniach marketingowych

Grupa o **odmiennych potrzebach**
niż młodsze pokolenia

6,5 mln

W związku z zmianami demograficznymi
w Polsce stanowią **coraz większą grupę**
ludności

Dysponują stabilnym i systematycznie
rosnącym dochodem rozporządzalnym

Coraz dłużej **aktywni** zawodowo,
cieszący się coraz lepszym zdrowiem

Seniorzy – konsumenci jutra





Seniorzy – konsumenci jutra

Centra handlowe i najemcy
nie mają obecnie oferty
nawet dla klienta po 40-tce,
a co do dopiero dla seniorów.

Pomijamy prawie
1/4 polskiego społeczeństwa,
choć siła nabywcza tej grupy
sięga **80 mld zł rocznie**.

Omnichannel

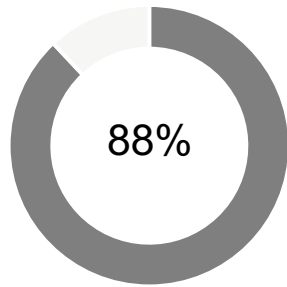


JACKET || 077

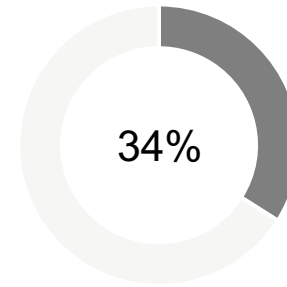
Experts will tell you that the best way to have healthy hair is to avoid using chemicals and to wash it less often. Any normal woman would say it's almost impossible not to use hairdryer and curling iron often. So we will give you tips on how to keep your hair looking healthy without compromising your regular beauty routine. You hurt and damage your hair everyday and it's not fighting back, it just gets duller. You need to give it the tender loving care it deserves. This product might be your answer, it will clean and moisturize your hair at the same time.

You hurt and damage your hair everyday and it's not fighting back, it just gets duller. You need to give it the tender loving care it deserves. This product might be your answer, it will clean and moisturize your hair at the same time.

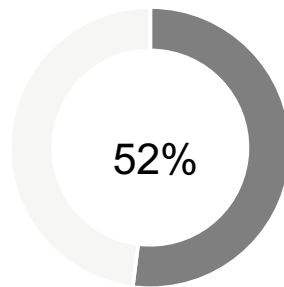
Omnichannel



Internautów deklaruje zakupy w Internecie

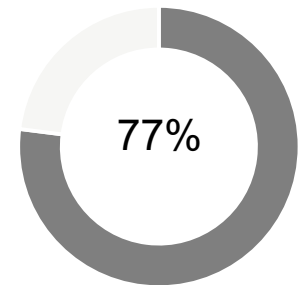


Internautów kupuje te same produkty w więcej niż jednym kanale zakupowym

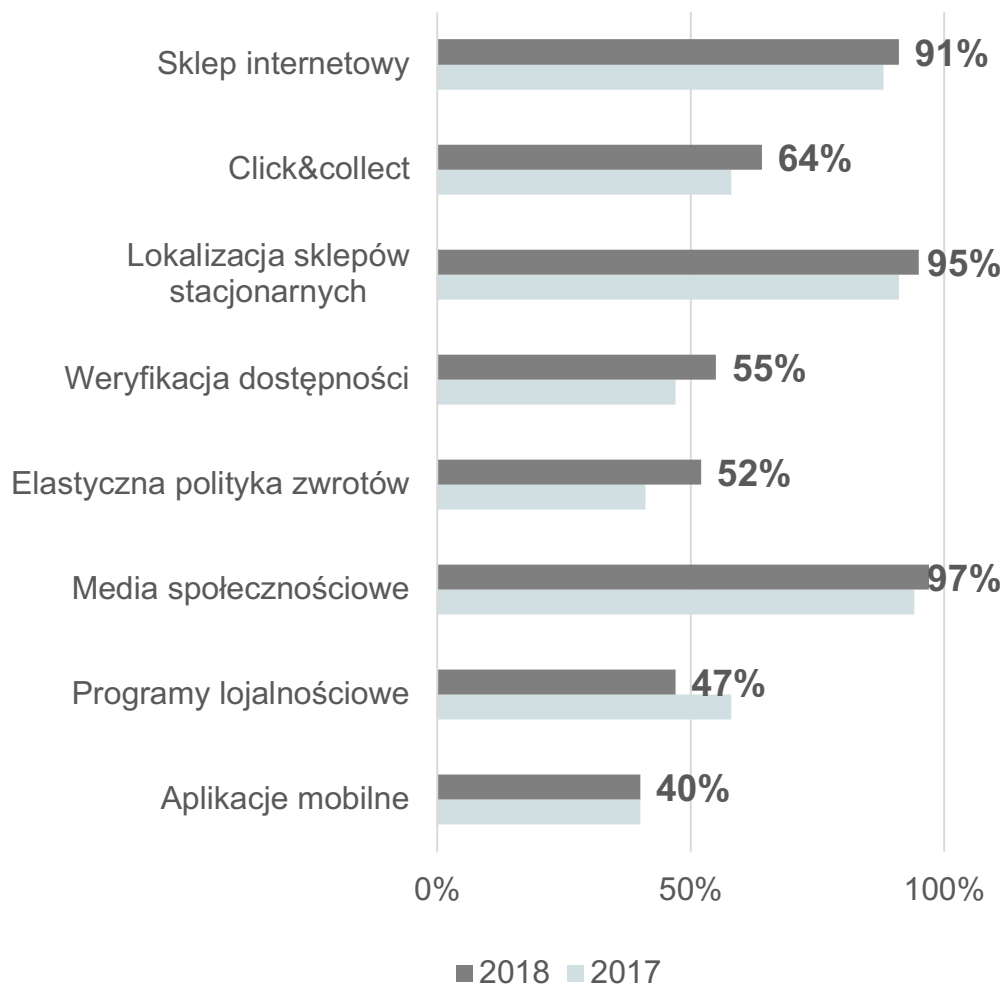


Internautów realizuje przez Internet różne aktywności związane z zakupami

Internautów deklarujących zakupy w Internecie dokonało e-zakupu w ciągu ostatnich 6 miesięcy



Omnichannel



~90% Badanych sieci posiada sklepy internetowe

>30% Badanych sieci nie oferuje jeszcze usługi click&collect

>50% Marek oferuje możliwość sprawdzenia dostępności towaru przez internet

Media społecznościowe
zyskują na znaczeniu jako narzędzie budowania relacji z klientami

Omnichannel

Dla klientów online
i offline to oferta **komplementarna**
a nie konkurencyjna.

Klucz do sukcesu
to **swoboda wyboru**
kanału sprzedaży.





Doświadczenie
ponad zakupy

Doświadczenie ponad zakupy

Centrum
handlowe



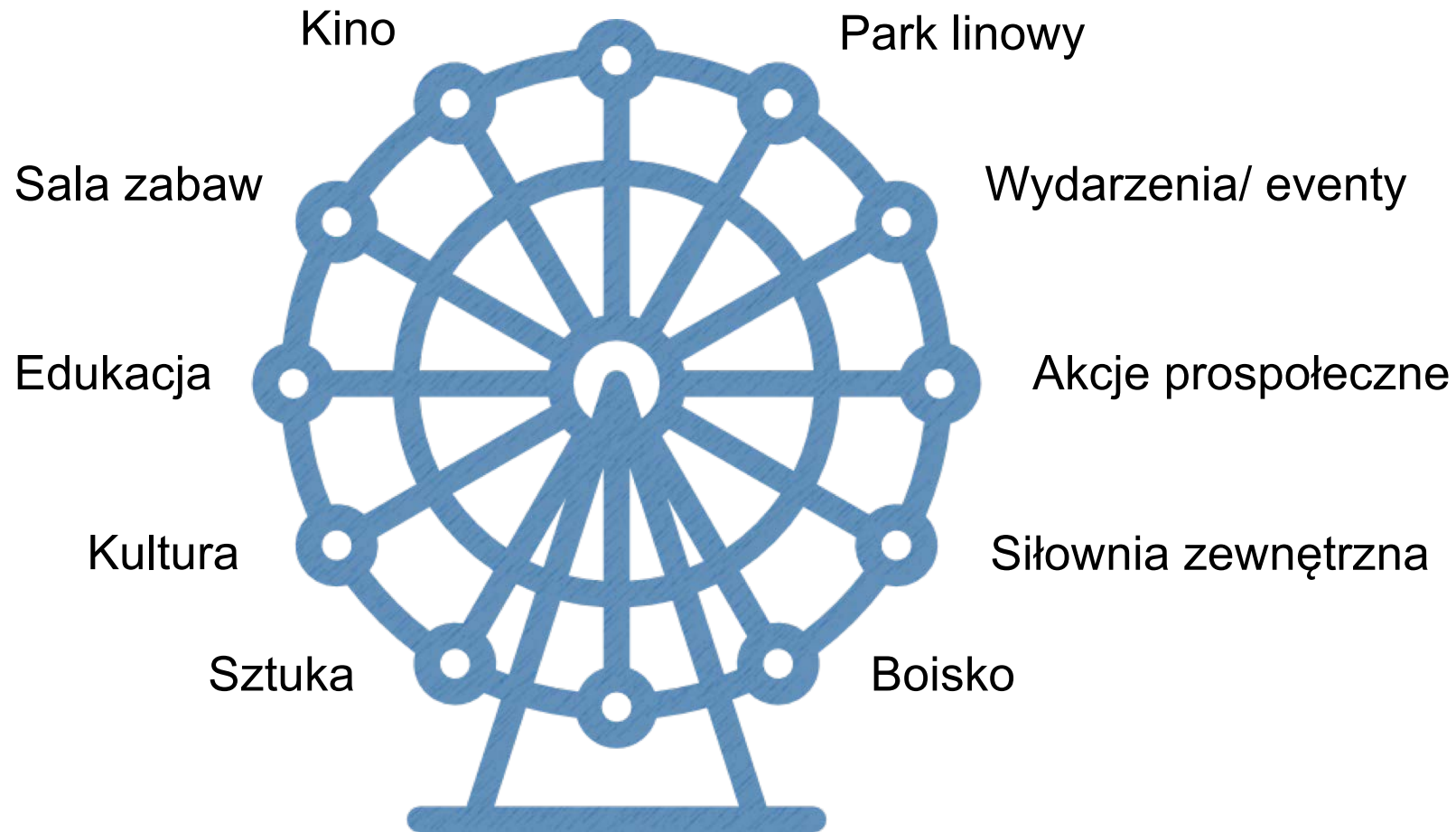
**Kreator
pozytywnych
emocji i wrażeń**

Podniesienie jakości oferty

Pozytywny odbiór centrum handlowego

Wzrost częstotliwości odwiedzin

Doświadczenie ponad zakupy





Doświadczenie ponad zakupy

Centra handlowe konkurują nie tylko między sobą, ale także z innymi sposobami spędzania czasu.

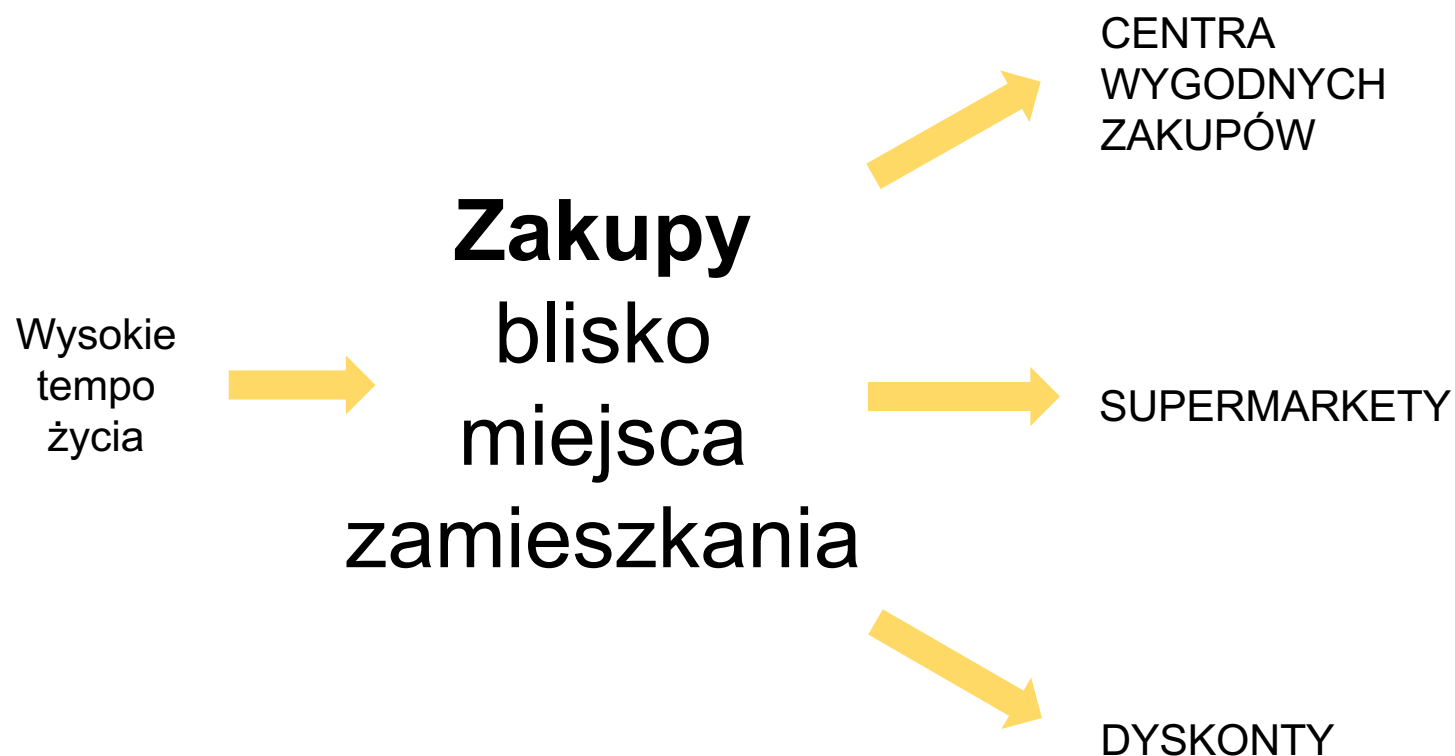
W przyszłości granica pomiędzy centrami handlowymi a centrami rozrywki będzie się zacierać.

Warto sięgać po **inspiracje z różnych źródeł**, także niekomercyjnych.

Szybkość
i wygoda

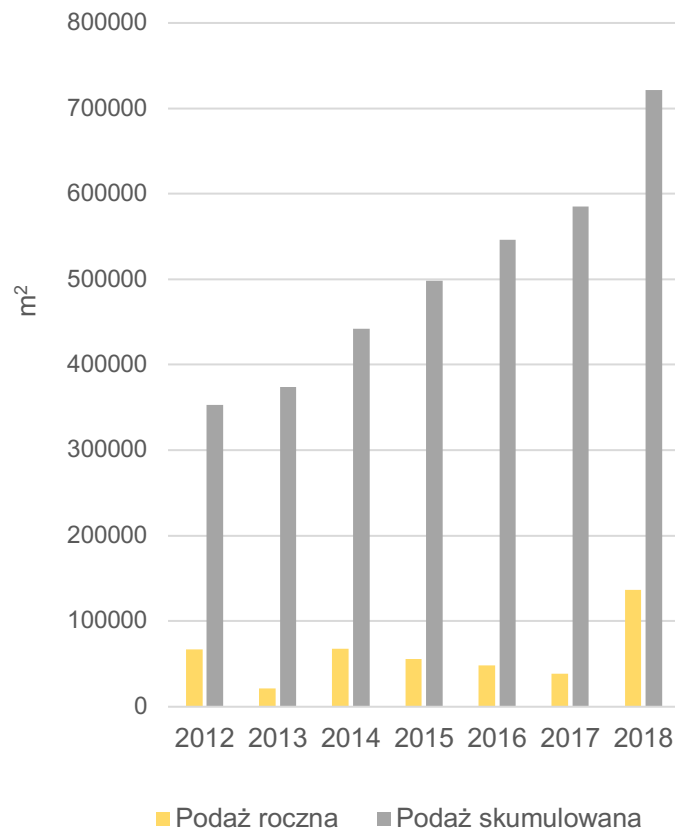


Szybkość i wygoda



Szybkość i wygoda

CENTRA WYGODNYCH ZAKUPÓW



600.000 m²

Centra wygodnych zakupów istniejące w I kw. 2018

130.000 m²

Centra wygodnych zakupów w budowie w I kw. 2018

23%

Oczekiwany wzrost zasobów na koniec 2018 roku w porównaniu z końcem 2017 roku

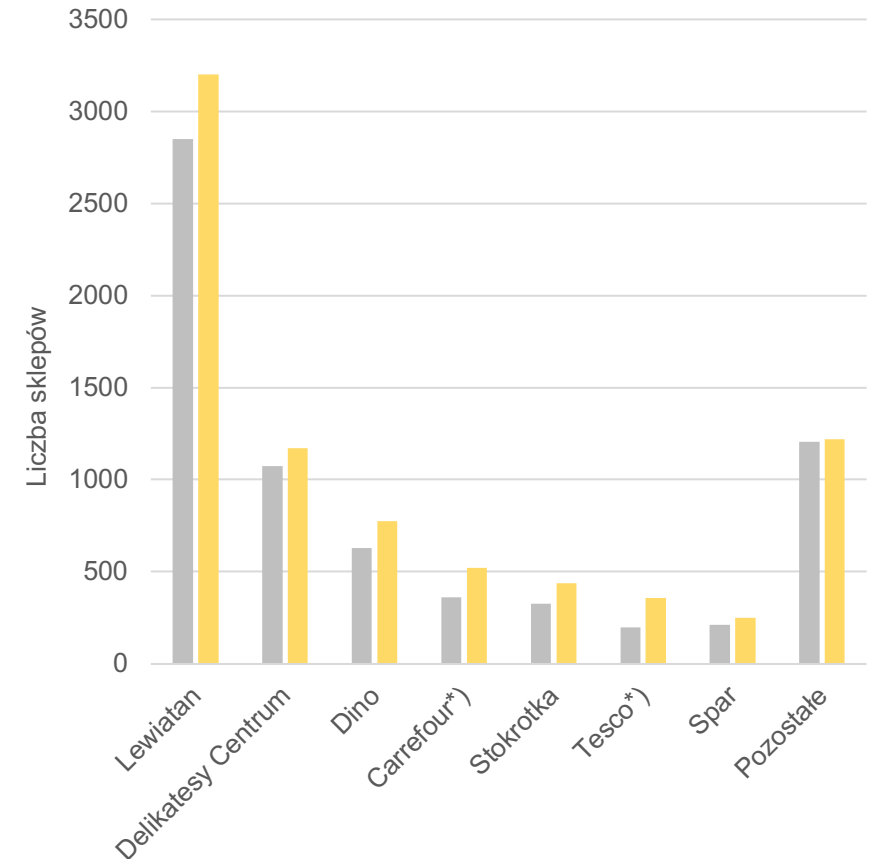
Szybkość i wygoda

SUPERMARKETY W POLSCE

15% Wzrost liczby supermarketów
w porównaniu z początkiem 2016 roku

600 Liczba sklepów otwartych w ciągu ostatnich
24 miesięcy przez trzech głównych graczy:
Lewiatana, Delikatesy Centrum i Dino

8.000 Liczba supermarketów w Polsce
na początku 2018 roku



*) bez hipermarketów

Szybkość i wygoda

Klienci coraz częściej przedkładają
oszczędność czasu
ponad różnorodność oferty.



Samo zdrowie



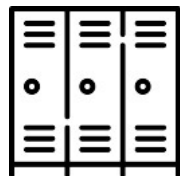
Samo zdrowie

Aktywność fizyczna



2,9 mln Polaków

+15%
w ciągu
4 lat



2.600 klubów fitness

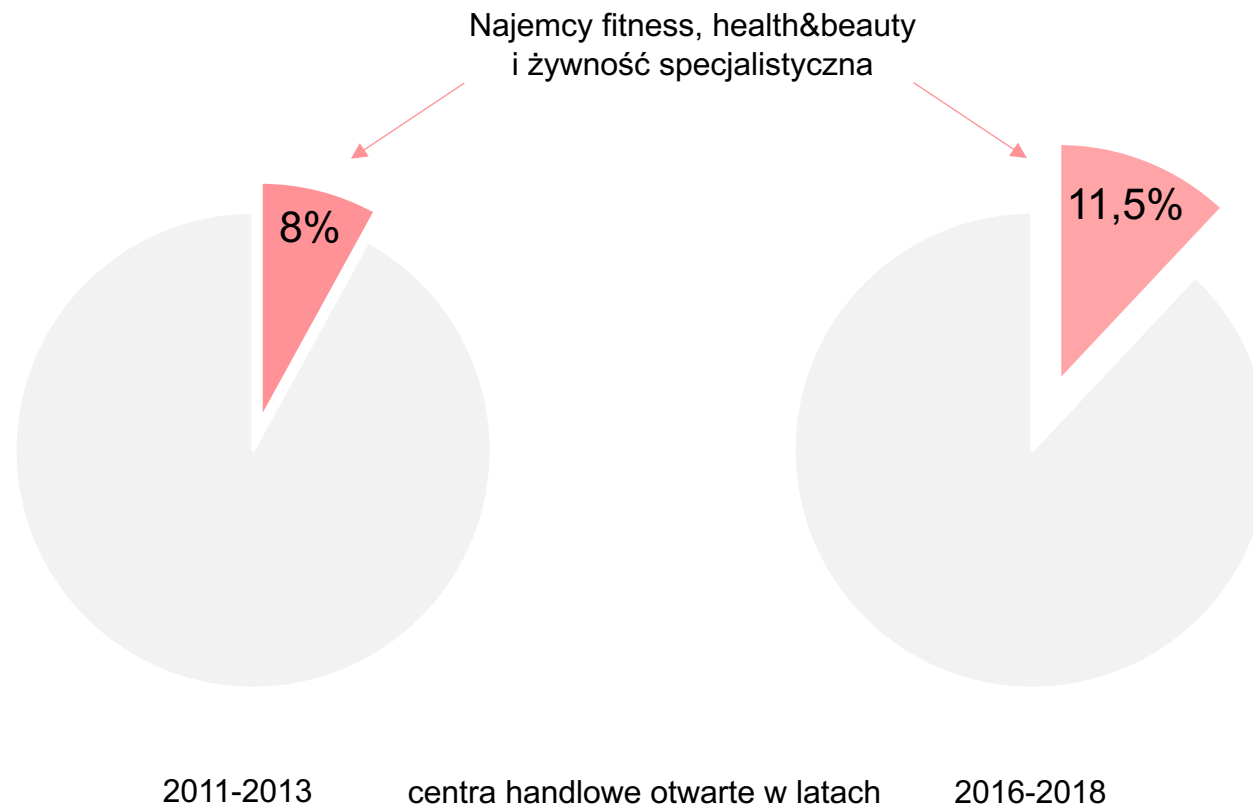
+10%
w ciągu
4 lat



CityFit

Samo zdrowie

Świadome odżywianie



Samo zdrowie



NOWOŚĆ!

Lody bez cukru, bez jajek, bez laktozy,
bezglutenowe, wegańskie i bez kalorii!

Nowy wymiar handlu – projekty mixed-use



Nowy wymiar handlu – projekty mixed-use

Coraz chętniej jada poza
domem

Zwraca w coraz większym stopniu
uwagę na estetykę miejsca

Konsument

Chętnie wybiera kompleksy
barów i restauracji

Otwarty na nowe koncepty
w gastronomii

Nowy wymiar handlu – projekty mixed-use

Projekty mixed-use



Łączą funkcje mieszkaniowe i komercyjne
(handlowe/ biurowe/ hotelowe)
z gastronomią, rozrywką/ kulturą/ sztuką



Zorganizowane w zrewitalizowanych
obiektach przemysłowych



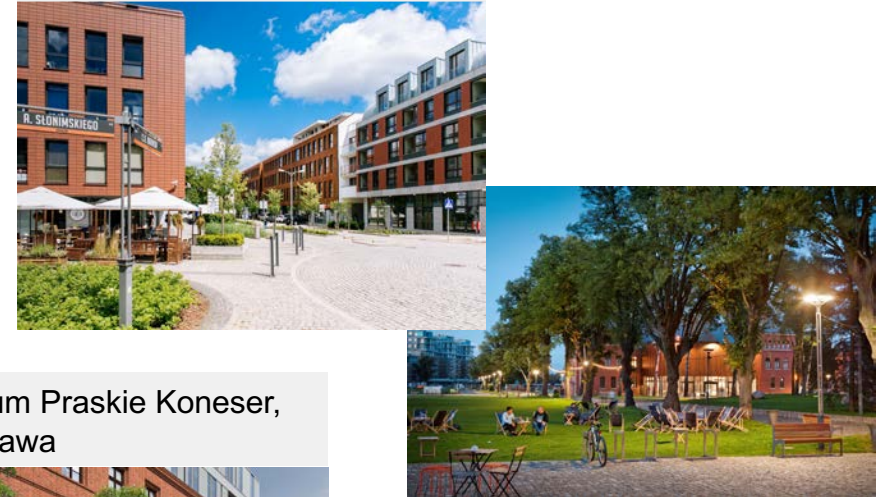
Oferują tereny zielone i spójnie i atrakcyjnie
zaaranżowaną przestrzeń publiczną

Nowy wymiar handlu – projekty mixed-use

Stary Browar, Poznań



Garnizon, Gdańsk



Centrum Praskie Koneser, Warszawa



Bohema, Warszawa



Nowy wymiar handlu – projekty mixed-use

Wyjątkowy klimat i postindustrialny charakter
projektów mixed-use to
magnesy przyciągające klientów.





Knight Frank Sp. z o.o.

www.knightfrank.com.pl



Inquiry Sp. z o.o.

www.inquirymarketresearch.pl

