

€ 1 457

Przeciętne mies. wynagrodzenie

Zmiana r/r



Prognoza 12 mies.



280

Nasylenie (mkw./1 000 mieszk.)



5,35%

Stopa kapitalizacji



Źródło: Moody's; Cushman & Wakefield; Q4 2021

WSKAŹNIKI EKONOMICZNE I PROGNOZY 2021 R.

5,4%

Stopa bezrobocia Polska (grudzień)

Zmiana r/r



Prognoza 12 mies.



5,1%

Inflacja (2021)



5,3%

Wzrost PKB (2021)



8,1%

Wzrost sprzedaży detalicznej (2021)



Źródło: GUS, NBP

45 nowych obiektów handlowych w 2021 roku – o 12 więcej niż rok wcześniej.

W 2021 roku prawie 0,5 miliona mkw. powierzchni handlowej zostało oddane do użytkowania w ramach wszystkich formatów handlowych. Liczba ta obejmuje 45 nowych i 12 rozbudowanych obiektów, jednak z powodu wycofania z rynku prawie 130 tys. mkw. podaży netto zwiększyła się o 370 tys. mkw. Czwarty kwartał był najbardziej intensywnym okresem nowych otwarć w ubiegłym roku, gdyż ponad 50% nowej podaży zostało dostarczone w miesiącach październik- grudzień.

Znacząca większość nowej powierzchni – ponad 64% - została zaoferowana mieszkańcom mniejszych miast (o liczbie ludności nie przekraczającej 100 tys.). Tylko 18% nowej podaży zasiliło zasoby ośmiu największych aglomeracji.

W 2021 roku rynek zdominowały małe parki handlowe i nowe magazyny handlowe, z - odpowiednio – 43- i 34-procentowym udziałem w nowej podaży. Aktywne na polskim rynku markety budowlane i sklepy meblowe rozwijają sieci swoich placówek, a odpowiedzią na silny popyt marek chcących dotrzeć do klientów mniejszych miast jest budowa parków handlowych. Godny odnotowania jest rosnący udział najmłodszego z formatów handlowych – tj. powierzchni handlowych zlokalizowanych w dużych, multifunkcyjnych inwestycjach – prawie 7% nowej powierzchni handlowej. Format ten obejmuje takie projekty jak Fabryka Norblina czy Browary Warszawskie.

40 nowych obiektów w budowie, z których 29 stanowią parki handlowe

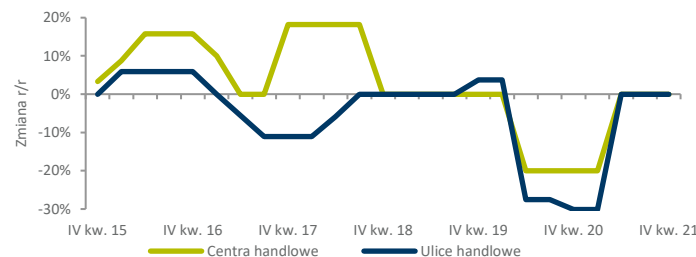
Na koniec 2021 roku ponad 370 000 mkw. powierzchni handlowej było w trakcie budowy z terminem otwarcia zaplanowanym na lata 2022-2023 r. Największe budowane obiekty to między innymi: przebudowa hipermarketu Tesco w Warszawie pod nowe centrum wyposażenia wewnątrz Leroy Merlin (30 000 mkw.), rozbudowa o 25 000 mkw. centrum handlowego Atut Ruczaj w Krakowie, Galeria Bawełnianka w Bełchatowie (23 000 mkw.) oraz park handlowy Galeria Andrychów (24 000 mkw.).

Ponad 60% budowanej obecnie powierzchni handlowej zostanie dostarczone na rynki mniejszych miast o populacji poniżej 100 tys. mieszkańców. W dalszym ciągu będziemy też obserwować proces uzupełniania istniejącej podaży mniejszymi centrami codziennych zakupów oraz małymi parkami handlowymi. Ponad 60% obiektów będących w budowie to parki handlowe; w najbliższych latach powstanie lub zostanie rozbudowanych ponad 30 takich obiektów.

18 debiutów polskich i międzynarodowych marek

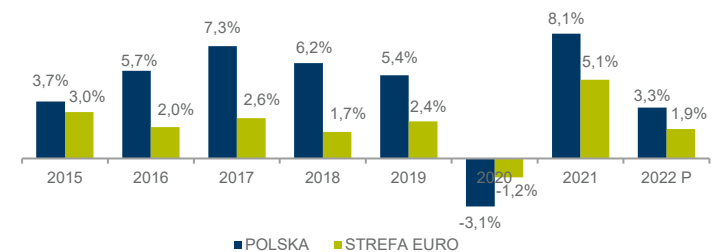
W 2021 r. na polskim rynku zadebiutowało 18 nowych polskich i międzynarodowych marek m.in. Karl Lagerfeld, Rituals Cosmetics, Colynn, Half Price, Nectar Bath Treats, Bogner czy King of Cotton. Cztery sieci postanowiły zrezygnować z działalności w naszym kraju m.in. Tesco i Norauto.

CZYNSZE, ZMIANA R/R



Źródło: Cushman & Wakefield

SPRZEDAŻ DETALICZNA, ZMIANA R/R



Źródło: Eurostat, GUS, P-prognoza

Dalszy wzrost sprzedaży detalicznej i stabilizacja udziału e-commerce

Sprzedaż detaliczna w cenach stałych w listopadzie i grudniu 2021 roku wzrosła odpowiednio o 12,1% i 8% w porównaniu do 2020 roku. Ogółem, w 2021 r. sprzedaż wzrosła o 8,1% r/r (wobec spadku o 3,1% w 2020 r.). Należy jednak mieć na uwadze obostrzenia w funkcjonowaniu obiektów handlowych spowodowane narodowymi kwarantannami wprowadzonymi w marcu, kwietniu i listopadzie 2020 oraz w styczniu 2021. Zamknięcie obiektów handlowych znacznie zaburza porównania danych rok do roku.

W 2021 r. największy wzrost sprzedaży detalicznej w porównaniu z rokiem 2020 r. odnotowały podmioty handlujące tekstyliami, odzieżą i obuwiem (o 32%), pojazdami (10,7%), sklepy z farmaceutykami, kosmetykami i sprzętem ortopedycznym (8,6%) oraz sklepy oferujące prasę, książki i sklepy specjalistyczne (7,3%).

Wspomniane obostrzenia na rynku handlowym spowodowały przyspieszenie rozwoju rynku e-commerce w Polsce. Udział sprzedaży przez internet kształtujący się przed pandemią na poziomie 5-6%, w okresach zakazu handlu stacjonarnego sięgał 11%, powracając do średniego poziomu 8% wraz z poluzowaniem obostrzeń. Wysoki udział e-commerce w listopadzie 2021 (11,4%) jest odzwierciedleniem trendu obserwowanego na bardziej dojrzałych rynkach, na których listopad jest miesiącem z najwyższą aktywnością zakupową przez internet. Kategorie handlowe z najwyższym udziałem sprzedaży przez internet to tradycyjnie sektor mody, multimediów (obejmujący prasę, książki, sprzedaż w sklepach wyspecjalizowanych) oraz meble, RTV i AGD.

Odwiedzalność w centrach handlowych w listopadzie 2021 o 9% wyższa niż przed pandemią

Średnia odwiedzalność w centrach i parkach handlowych w listopadzie 2021 po raz pierwszy od początku pandemii przekroczyła poziom rejestrowany w 2019 roku i wynosiła średnio 411,2 tys. odwiedzających na jedno centrum handlowe. Stanowi to 9% wzrost w porównaniu do 2019 roku. Jednak w grudniu liczba klientów, mimo najwyższej wartości w skali roku (443,6 tys. odwiedzających) znowu kształtowała się poniżej wartości przedpandemicznych (-8%).

Skumulowane dane odwiedzalności za cały 2021 rok wykazują 17-procentowy spadek w porównaniu do 2019 roku i 15-procentowy wzrost w porównaniu do 2020 roku. Rok temu spadek odwiedzalności był głębszy i wynosił średnio 28%. Biorąc pod uwagę tylko drugie półrocze, w którym centra handlowe funkcjonowały w reżimie sanitarnym (1 os na 15 mkw. wyłączając osoby zaszczepione) spadek odwiedzalności w porównaniu do 2019 roku wynosił ok. 5%, co pozwala sądzić, że okres największych spadków odwiedzalności jest już za nami.

Skumulowana wartość obrotów w 2021 r. wyższa niż w 2020 ale nadal nie dorównała wartościom z 2019

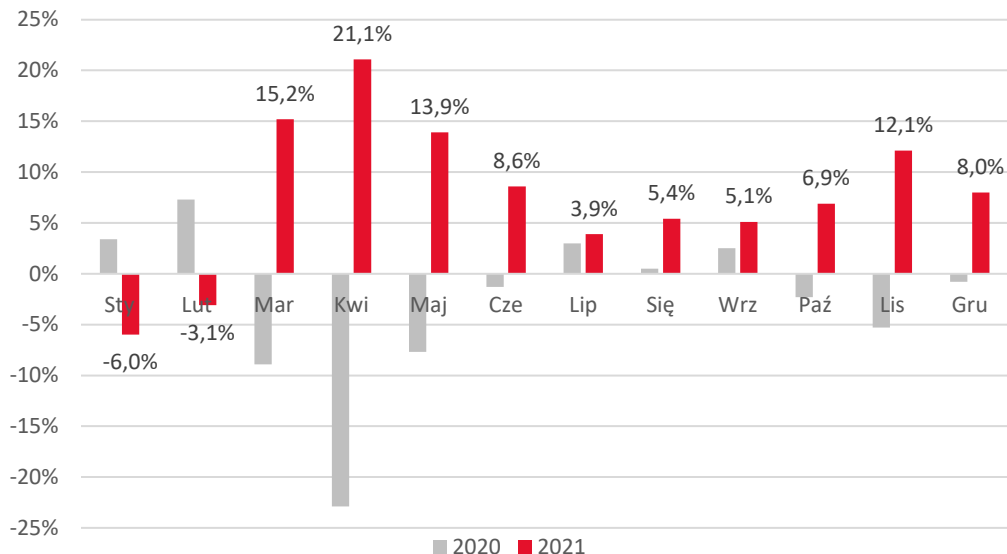
Dane o obrotach w centrach handlowych pokazują, że poziom sprzedaży w grudniu 2021 r. był wyższy o 9% niż w roku ubiegłym, a jednocześnie o 13% niższy niż w analogicznym miesiącu 2019 r. Średni wzrost obrotów w całym 2021 r. wyniósł 5% w porównaniu do roku poprzedniego, wciąż jednak jest on niższy o ok 25% od obrotów osiągniętych w 2019 roku.

NAJWIĘKSZE NOWE OBIEKTY HANDLOWE OTWARTE W 2021 R.

OBIEKT / MIASTO	FORMAT	DEWELOPER	POWIERZCHNIA HANDLOWA (mkw.)
IKEA/ Szczecin	Wolnostojący magazyn handlowy	IKEA	29 000
Fabryka Norblina/ Warszawa	Część obiektu mixed-use	Capital Park	26 000
Galeria Andrychów / Andrychów	Park handlowy	Acteum Central Europe	24 000
Park Handlowy Saller / Lipnik	Park handlowy	Saller	18 000
Galeria Olawska/ Olawa	Centrum handlowe	ERGO	17 000
Focus Mall rozbudowa / Zielona Góra	Centrum handlowe	Rockcastle	15 000
Leroy Merlin GIGAMARKET/ Łódź	Wolnostojący magazyn handlowy	Leroy Merlin	15 000

SPRZEDAŻ DETALICZNA

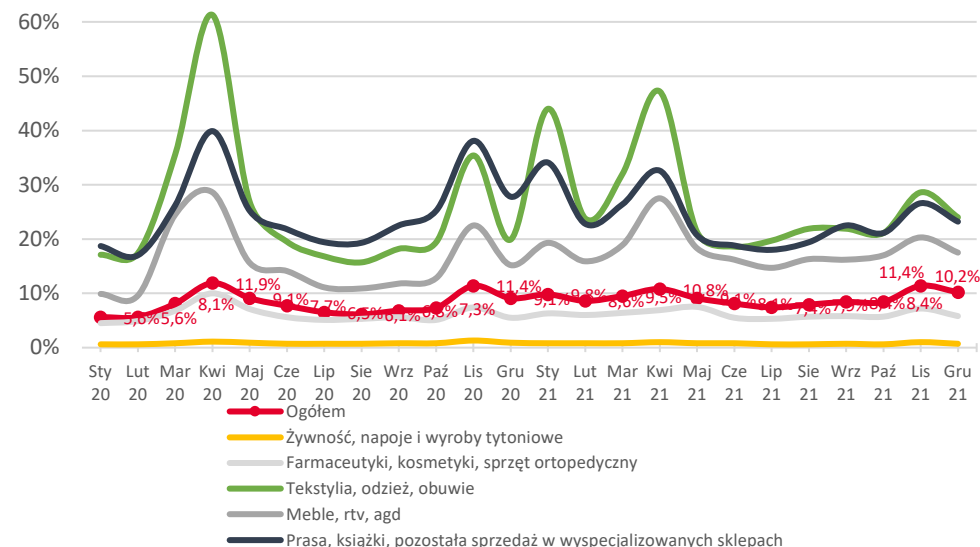
(ZMIANA % R/R; 2021/2020; W CENACH STAŁYCH)



Źródło: Cushman & Wakefield na podstawie danych GUS

UDZIAŁ SPRZEDAŻY PRZEZ INTERNET W SPRZEDAŻY DETALICZNEJ

(W %; CENY BIEŻĄCE; 2020, 2021)



Źródło: Cushman & Wakefield na podstawie danych GUS

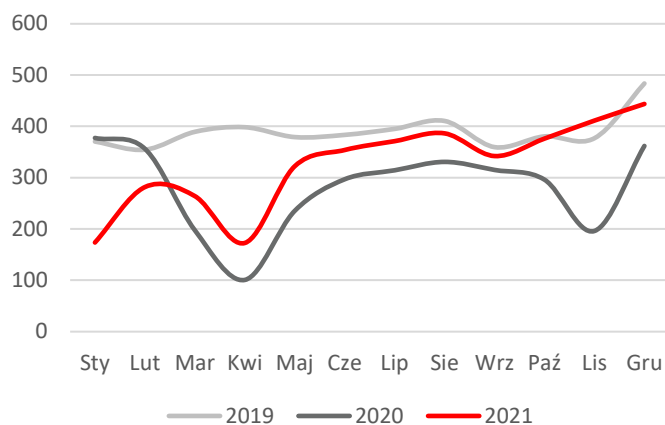
NAJWIĘKSZE WYBRANE OBIEKTY HANDLOWE W BUDOWIE Z TERMINEM OTWARCIA NA 2022 R.

OBIEKT	MIASTO	FORMAT	POWIERZCHNIA HANDLOWA (mkw.)	DEWELOPER
Leroy Merlin	Warszawa	Wolnostojący magazyn handlowy, przebudowa	30 000	Leroy Merlin
Karuzela	Kołobrzeg	Centrum handlowe i park handlowy	30 000	Karuzela Holding
Atut Ruczaj	Kraków	Park handlowy	25 000	KG Group
Galeria Bawelnianka	Bełchatów	Centrum handlowe	23 000	GBB Invest
Karuzela	Puławy	Park handlowy	14 000	Karuzela Holding
OBI	Warszawa/ Mysładło	Wolnostojący magazyn handlowy	12 000	OBI

Źródło: Cushman & Wakefield

ODWIEDZALNOŚĆ CENTRÓW HANDLOWYCH

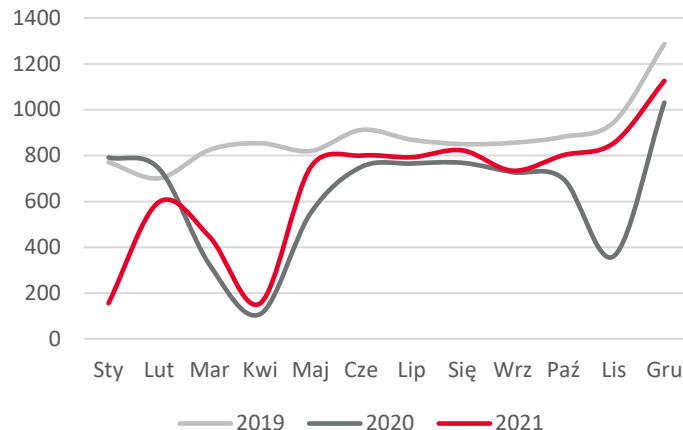
(ŚREDNIA LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH NA CENTRUM; W TYSIĄCACH)



Źródło: Cushman & Wakefield na podstawie danych PRCH

OBROTY W CENTRACH HANDLOWYCH

(PLN / mkw.)



Źródło: Cushman & Wakefield na podstawie danych PRCH

STATYSTYKI DOTYCZĄCE RYNKU CENTRÓW HANDLOWYCH

AGLOMERACJA	CENTRA HANDLOWE (mkw.)	CENTRA HANDLOWE W BUDOWIE (mkw.)	NASYCENIE (mkw./1 000 MIESZK.)	PRIME YIELD
Warszawa centrum	1 350 000	0	524	5,35%
Warszawa poza centrum				5,80%
Aglomeracja Śląska	1 112 700	6 600	518	5,80%
Poznań	693 600	0	845	6,00%
Wrocław	692 000	0	865	6,00%
Trójmiasto	666 500	0	644	6,00%
Kraków	535 400	0	518	5,80%
Łódź	466 800	0	498	6,00%
Szczecin	263 300	0	473	6,50%

Źródło: Cushman & Wakefield

EWA DERLATKA-CHILEWICZ

Associate Director

Consulting & Research

ewa.derlatka-chilewicz@cushwake.com

KATARZYNA LIPKA

Head of Consulting & Research

katarzyna.lipka@cushwake.com

BEATA KOKELI

Partner, Head of Retail Agency Poland

beata.kokeli@cushwake.comcushmanwakefield.com

PUBLIKACJA CUSHMAN & WAKEFIELD

Cushman & Wakefield (NYSE: CWK) jest wiodącą na świecie firmą doradczą świadczącą usługi na rzecz najemców i właścicieli nieruchomości komercyjnych. Cushman & Wakefield należy do grupy największych firm doradczych na rynku nieruchomości, zatrudnia ok. 50 tysięcy pracowników w 400 biurach i 60 krajach na całym świecie. W 2020 roku jej przychody wyniosły 7,8 mld USD. Do najważniejszych usług świadczonych przez firmę należą zarządzanie nieruchomościami, obiektami i projektami, pośrednictwo w wynajmie powierzchni, obsługa transakcji na rynkach kapitałowych, wyceny i inne.

©2021 Cushman & Wakefield. All rights reserved. The information contained within this report is gathered from multiple sources believed to be reliable. The information may contain errors or omissions and is presented without any warranty or representations as to its accuracy.