

Rynek handlowy III kw. 2022 r.

PLN 6 688

Przeciętne mies. wynagrodzenie

Zmiana r/r



Prognoza 12 mies.



410

Nasylenie* (mkw./1 000 mieszk.)



5,35%

Stopa kapitalizacji



Źródło: Moody's; Cushman & Wakefield; III kw. 2022;
*nasylenie całkowitą powierzchnią handlową

WSKAŹNIKI EKONOMICZNE I PROGNOZY 2022 ROKU

5,1%

Stopa bezrobocia Polska (wrzesień 2022)

Zmiana r/r



Prognoza 12 mies.



17,2%

Inflacja (wrzesień 2022)



5,3%

Wzrost PKB (2021)



8,2%

Wzrost sprzedaży detalicznej (wrzesień 2022)



Źródło: GUS, NBP

Wysoka nowa podaż w III kwartale 2022 roku

W trzecim kwartale oddano do użytku prawie 120 tys. mkw. nowoczesnej powierzchni handlowej. Powstało 8 nowych obiektów, w tym pięć parków handlowych i trzy wielkopowierzchniowe magazyny handlowe. Nowa podaż obejmuje także jedną rozbudowę parku handlowego w Prudniku oraz trzy kolejne przebudowy sklepu Tesco: w Częstochowie i Lubinie - w miejscu dawnego hipermarketu powstały parki handlowe: Aniołów Park oraz Cuprum Park – oraz w Głogowie, gdzie obiekt został przebudowany pod sklep sieci Leroy Merlin.

Całkowita podaż nowoczesnej powierzchni handlowej w Polsce przekroczyła 15,76 mln. mkw.

25 nowych obiektów w budowie, dominują najmniejsze miasta

Mimo relatywnie wysokiego poziomu nowej podaży oddanej do użytku, w budowie nadal pozostaje kolejne 380 tys. mkw. z planowanym terminem otwarcia na lata 2022-2023. Wysokie koszty budowy oraz pogarszająca się sytuacja makroekonomiczna nie zatrzymały jednak ekspansji parków handlowych w Polsce - w trzecim kwartale 2022 roku zaczęło się budować kolejne 70 tys. mkw. w tym formacie.

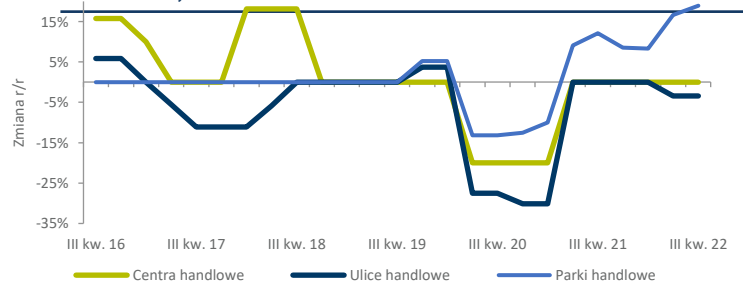
Nowe powierzchnie będące w budowie zlokalizowane będą w 25 nowych obiektach, 11 istniejących zostanie rozbudowanych, a 3 obiekty zostaną przebudowane (2 obiekty po sieci Tesco oraz odnowione i przebudowane centrum handlowe Fort Wola w Warszawie). Do największych obiektów w budowie należą między innymi: centrum Fort Wola (24 000 mkw.), centrum handlowe Atut Ruczaj w Krakowie (rozbudowa o 25 000 mkw.), Galeria Bawełnianka w Bełchatowie (23 000 mkw.), druga faza kompleksu handlowego Karuzela w Kołobrzegu (20 000 mkw.), park handlowy Karuzela w Białej Podlaskiej (18 000 mkw.) oraz park handlowy Vendo Park w Szczecinie (24 000 mkw.).

Niemal 50% budowanej obecnie powierzchni handlowej trafi na rynki miast o populacji poniżej 100 tys. mieszkańców (o 5 p.p. więcej niż w drugim kwartale). To na rynkach najmniejszych miast – tj. Giżycko, Piotrków Trybunalski, Zambrów czy Biała Podlaska - ruszyło najwięcej nowych budów w minionym kwartale - ponad 56%.

4 nowe sieci handlowe

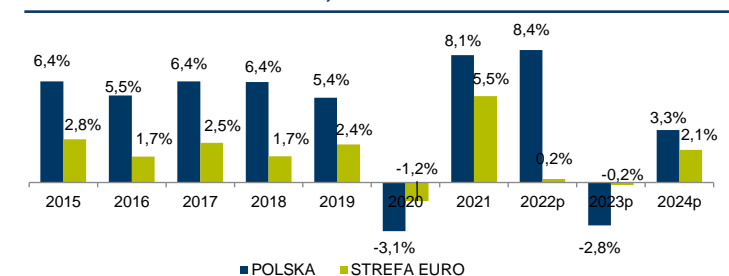
Druga połowa 2022 roku jest bogatsza w debiuty nowych marek na polskim rynku. W III kwartale otwarto pierwsze sklepy czterech nowych sieci: Haribo – niemieckiej marki ze słodyczami, Lantre – autoryzowanego sprzedawcy produktów Apple, Lovisa – australijskiej sieci z biżuterią i akcesoriami oraz Less.store – sieci sklepów z odzieżą używaną. Na czwarty kwartał planowanych jest kolejnych pięć debiutów.

CZYNSZE, ZMIANA R/R



Źródło: Cushman & Wakefield

SPRZEDAŻ DETALICZNA, ZMIANA R/R



Źródło: Eurostat, GUS, Moody's ; p-prognoza

Stopy pustostanów

Średnie wskaźniki pustostanów w centrach handlowych w pięciu z grupy ośmiu głównych aglomeracji spadły w III kwartale 2022 roku w porównaniu z III kwartałem 2021 roku. W Szczecinie wskaźnik praktycznie pozostał na tym samym poziomie, natomiast w Trójmieście i Poznaniu był wyższy w porównaniu do 2021 roku. Centra i parki handlowe, pomimo problemów pocovidowych i pogorszenia sytuacji makroekonomicznej, utrzymują zdrowe poziomy wynajmu. Korzystniejsze wskaźniki odnotowują parki handlowe - 3,2% w porównaniu do 4,9% w centrach handlowych.

Dalszy wzrost sprzedaży detalicznej i udziału e-commerce

Sprzedaż detaliczna w cenach stałych w trzecim kwartale 2022 roku rosła odpowiednio o 4,2% i 4,1% w porównaniu do sierpnia i września 2021 roku, mimo wysokiej bazy porównawczej. We wrześniu 2022 roku największy wzrost sprzedaży detalicznej w porównaniu z wrześniem 2021 roku odnotowały podmioty handlujące tekstyliami, odzieżą i obuwiem (o ponad 25% - co jest spowodowane min. szybszym przyjściem zimniejszej jesieni i sezonową wymianą garderoby), sklepy z farmaceutykami, kosmetykami i sprzętem ortopedycznym (11%), sklepy z artykułami kategorii „pozostałe” (11%) oraz sklepy z żywnością (7,8%). Utrzymanie wzrostu sprzedaży detalicznej to efekt m.in. większej bazy klientów-migrantów z Ukrainy oraz wypłaty dodatkowych świadczeń emerytalnych.

Wrześniowy wzrost udziału sprzedaży przez internet (9,7%), który w okresie kwiecień – sierpień 2022 nie przekroczył poziomu 9% oraz przyspieszenie dynamiki sprzedaży przez internet (miesiąc do miesiąca) o ponad 8% świadczą o wzmożonym ruchu klientów w sieci. Wiązać się to może zarówno ze wzrostem sprzedaży w kategoriach o mocnej pozycji w e-handlu (moda, kosmetyki i farmaceutyki) oraz z początkiem wzmożonej aktywności e-klientów zaczynającej się we wrześniu, a mającej punkt kulminacyjny w listopadzie.

Odwiedzalność w centrach handlowych

Mimo wzrostu udziału e-handlu, odwiedzalność w centrach i parkach handlowych we wrześniu 2022 osiągnęła średni miesięczny poziom 411 tys. osób na obiekt handlowy. Stanowi to poziom o ponad 14% wyższy niż w 2019 roku. Szczególnie dobre wyniki w całym trzecim kwartale odnotowały bardzo duże centra handlowe (powierzchnia powyżej 60 tys. mkw. GLA) – odwiedziło je o 10% więcej klientów niż w przedpandemicznym 2019 roku.

Średnia wartość obrotów osiągniętych w centrach handlowych przekroczyła wartości z 2019 roku

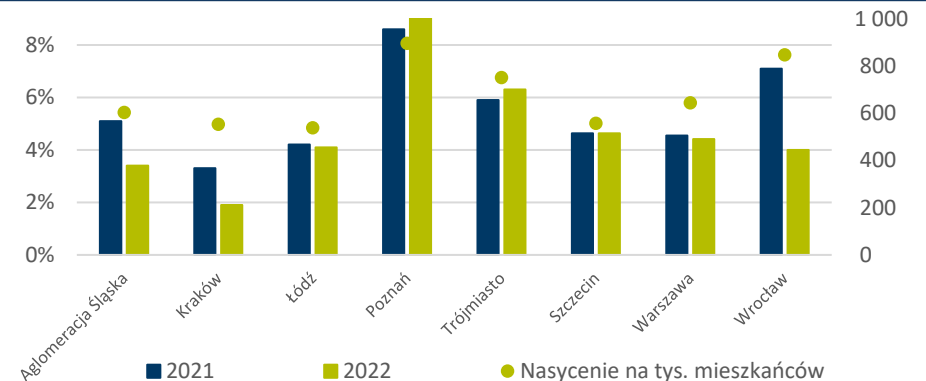
Średni nominalny poziom sprzedaży w sierpniu 2022 wyniósł prawie 1 020 PLN netto na mkw. powierzchni. Dane o obrotach w centrach handlowych pokazują, że nominalny poziom sprzedaży w sierpniu 2022 roku był wyższy o 20% niż w 2019 roku, natomiast po uwzględnieniu rosnącej inflacji realne obroty również przekroczyły wartości z sierpnia 2019 roku – o 3%. Wyzwania czekające na najemców to z jednej strony pogarszająca się koniunktura gospodarcza i zmniejszająca zasobność portfela polskiego konsumenta, które wpłyną negatywnie na poziom osiągniętych obrotów. Z drugiej natomiast rosnąca inflacja i koszty użytkowania nieruchomości – w szczególności energii elektrycznej - przekładające się na indeksację i wzrost stawek czynszowych oraz stawek opłat serwisowych.

WYBRANE NOWE OBIEKTY HANDLOWE OTWARTE W III KW. 2022 ROKU

OBIEKT / MIASTO	FORMAT	DEWELOPER	POWIERZCHNIA HANDLOWA (mkw.)
Merkury Market/ Tychy	Wolnostojący magazyn handlowy	Merkury Market	20 400
Aniolów Park/ Częstochowa	Park handlowy	DOR Group	17 500
Cuprum Park/ Lubin	Park handlowy	MGC Invest	13 000
Castorama / Płock	Wolnostojący magazyn handlowy	Castorama	10 300
Leroy Merlin/ Głogów	Wolnostojący magazyn handlowy	Leroy Merlin	10 000
Vendo Park Otwock	Park handlowy	TREI RE	9 100

Źródło: Cushman & Wakefield

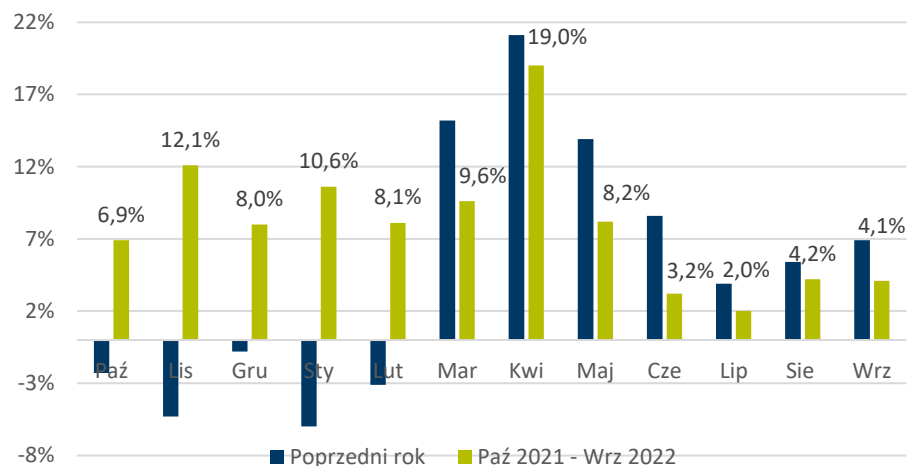
STOPY PUSTOSTANÓW W III KW. 2022 ROKU



Źródło: Cushman & Wakefield

SPRZEDAŻ DETALICZNA

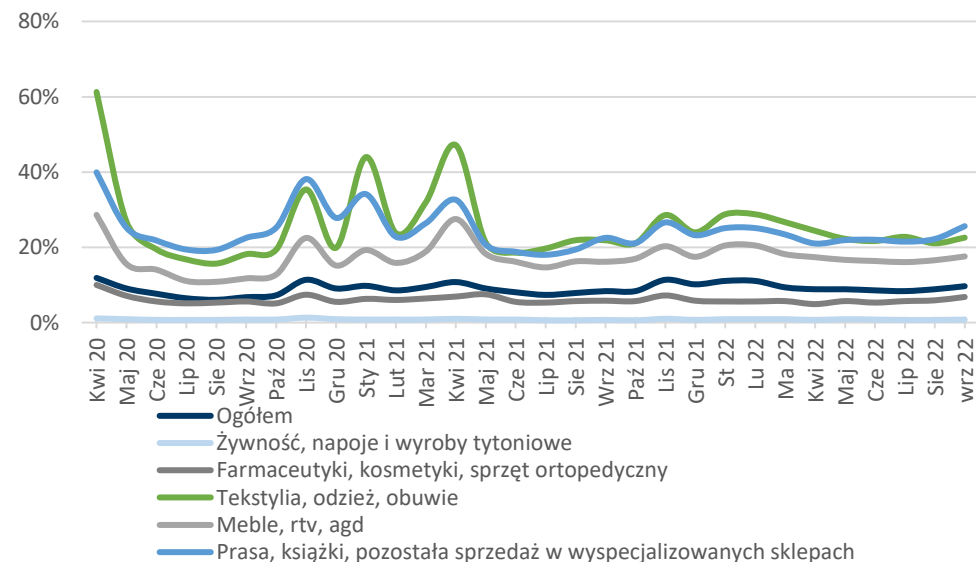
(ZMIANA % R/R; W CENACH STAŁYCH)



Źródło: Cushman & Wakefield na podstawie danych GUS

UDZIAŁ SPRZEDAŻY PRZEZ INTERNET W SPRZEDAŻY DETALICZNEJ

(W %; CENY BIEŻĄCE; 2020, 2021, 2022)

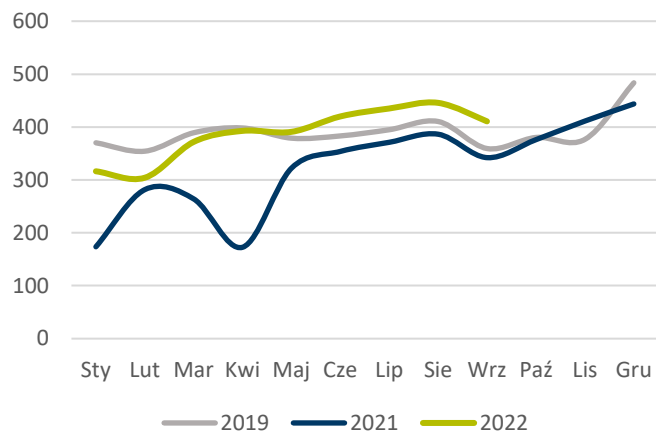


Źródło: Cushman & Wakefield na podstawie danych GUS

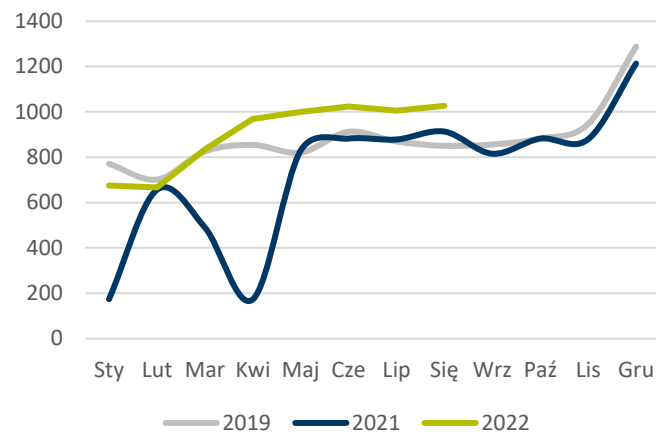
NAJWIĘKSZE WYBRANE OBIEKTY HANDLOWE W BUDOWIE Z TERMINEM OTWARCIA NA IV KW. 2022 R

OBIEKT	MIASTO	FORMAT	POWIERZCHNIA HANDLOWA (mkw.)	DEWELOPER
Atut Ruczaj	Kraków	Park handlowy	25 000	KG Group
Karuzela	Kołobrzeg	Centrum handlowe i park handlowy	20 000	Karuzela Holding
Agata Meble	Radom	Wolnostojący magazyn handlowy	17 000	Agata Meble
Leroy Merlin	Warszawa	Wolnostojący magazyn handlowy, przebudowa	15 000	Leroy Merlin
Park Handlowy Bielawa	Bielawa	Park handlowy	11 000	Asset Real Group
N-park	Gniezno	Park handlowy	8 000	Napollo
Vendo Park	Mielec	Park handlowy	7 100	TREI RE

Źródło: Cushman & Wakefield

ODWIEDZALNOŚĆ CENTRÓW HANDLOWYCH
 (ŚREDNIA LICZBA ODWIEDZAJĄCYCH NA CENTRUM; W TYSIĄCACH)


Źródło: Cushman & Wakefield na podstawie danych PRCH

OBROTY NOMINALNE W CENTRACH HANDLOWYCH
 (PLN/ mkw.)


Źródło: Cushman & Wakefield na podstawie danych PRCH

STATYSTYKI DOTYCZĄCE RYNKU CENTRÓW HANDLOWYCH

AGLOMERACJA	WSZYSTKIE FORMATY HANDLOWE (mkw.)	CENTRA HANDLOWE (mkw.)	NASYCENIE POWIRZCHNIĄ W CENTRACH HANDLOWYCH (mkw./ 1 000 MIESZK.)	STOPA KAPITALIZACJI ZA NAJLEPSZE OBIEKTY
Warszawa centrum	2 270 000	1 350 000	506	5,35%
Warszawa poza centrum				5,80%
Aglomeracja Śląska	1 556 000	1 063 000	509	5,80%
Poznań	925 500	693 600	811	6,00%
Wrocław	864 000	640 000	774	6,00%
Trójmiasto	990 000	651 000	603	6,00%
Kraków	759 000	535 400	498	5,80%
Łódź	637 000	466 800	508	6,00%
Szczecin	453 000	263 300	492	6,50%
Polska	15 760 000	10 630 000	277	5,35%

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.com
PAULINA BAUER

Associate / Head of Retail

Retail Asset Services / Poland

paulina.bauer@cushwake.com
cushmanwakefield.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 2021 roku jej przychody wyniosły 9,4 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. Więcej informacji można uzyskać na stronie:

www.cushmanwakefield.com lub naTwitterze: [@CushWake](https://twitter.com/CushWake)

©2022 Cushman & Wakefield, wszystkie prawa zastrzeżone. Publikacja może zawierać błędy lub pominięcia, a szczegóły w niej przedstawione mogą ulec zmianie lub być wycofane bez zawiadomienia. Publikacja może podlegać szczególnym warunkom w zakresie publikacji informacji, ustanawianym przez osoby trzecie.