

**MARKETBEAT**

# **POLSKI RYNEK HANDLOWY**

Podsumowanie 2019 r.



**CUSHMAN &  
WAKEFIELD**

### NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA

- Aktywność inwestycyjna na polskim rynku nieruchomości handlowych osiągnęła poziom wynoszący 1,95 mld EUR, co wpisywało się w zakres osiąganych wartości z ostatnich 5 lat.
- W 2019 r. dostarczono 406 000 m kw. nowoczesnej powierzchni handlowej, najczęściej w formie centrów handlowych – 183 000 m kw.
- Około 500 000 m kw. powierzchni handlowej jest obecnie w trakcie budowy, z czego 85% planowane jest do otwarcia do końca 2020 r.
- Pomimo utrzymującej się relatywnie dużej aktywności inwestycyjnej w sektorze nieruchomości handlowych na rynku zaobserwowano wzrost stóp kapitalizacji w tej klasie aktywów – do 4,75% dla najlepszych centrów handlowych w Warszawie.
- W najbliższym czasie wciąż będziemy obserwować wzmożone zainteresowanie inwestorów mniejszymi miastami o populacji poniżej 100 000 mieszkańców – prawie 50% powierzchni handlowej będącej obecnie w budowie zostanie dostarczone na te właśnie rynki.
- Poziom powierzchni niewynajętej dla 18 największych rynków w Polsce pozostał na niskim poziomie i wyniósł 3,9%.



**15 mln m kw.**

CAŁKOWITE ZASOBY  
POWIERZCHNI HANDLOWEJ  
(WSZYSTKIE FORMATY)



**500 000 m kw.**

POWIERZCHNIA HANDLOWA  
W BUDOWIE (WSZYSTKIE  
FORMATY) Z PLANOWANYM  
TERMINEM ODDANIA DO UŻYTKU  
NA 2020-2021 R.



**120-130 EUR/**  
m kw./miesiąc

CZYNSZE „PRIME”  
W NAJLEPSZYCH CENTRACH  
HANDLOWYCH W WARSZAWIE



**-6%**

**406 000 m kw.**

NOWA PODAŻ POWIERZCHNI  
HANDLOWEJ W 2019 R.  
(WSZYSTKIE FORMATY)



**+0,3 P.P.**

**3,9%**

WSKAŹNIK PUSTOSTANÓW  
DLA 18 NAJWIĘKSZYCH  
RYNKÓW

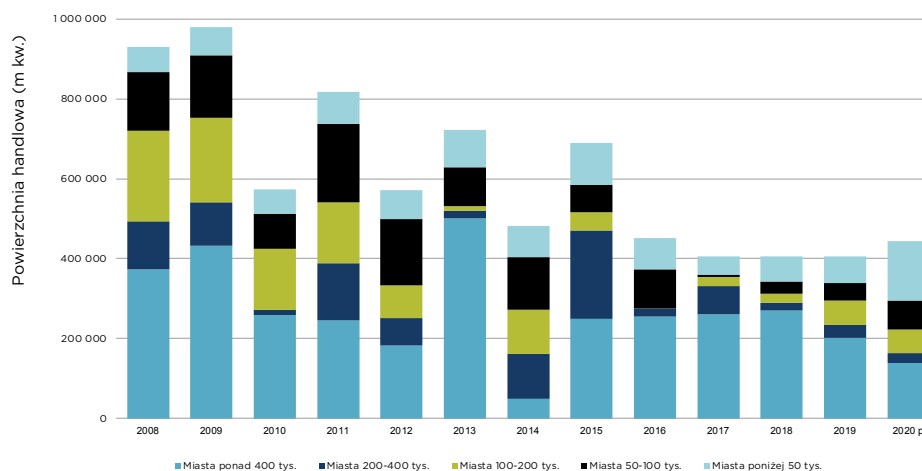
### PODAŻ

Całkowita wielkość powierzchni handlowej oddanej do użytku w ramach wszystkich formatów w 2019 r. wyniosła 406 000 m kw. (-6% r/r), z czego 183 000 m kw., czyli 46% stanowiły centra handlowe. Jednocześnie w związku z restrukturyzacją sieci Tesco i zamknięciem kilku centrów handlowych, około 28 000 m kw. powierzchni handlowej wycofano z podaży, a kolejne 50 000 m kw. ulegnie w najbliższym czasie przebudowie z formatu centrów handlowych na wolnostojące magazyny handlowe (Leroy Merlin i Castorama). Zasoby powierzchni handlowej wynoszą obecnie 15 mln m kw.

Centra handlowe z blisko 73% udziałem niezmiennie pozostają dominującym formatem rynku powierzchni handlowych w Polsce. Zgodnie z danymi na koniec 2019 r. w Polsce działa 456 centrów handlowych o łącznej powierzchni ponad 11 mln. m kw. Zasoby tego formatu powiększyły się w minionym roku o 183 000 m kw., z czego 79% to otwarcia nowych centrów handlowych (łącznie siedem obiektów), resztę stanowiły rozbudowy działających już galerii.

Format parków handlowych zasiliło w ubiegłym roku osiem nowych obiektów o powierzchni od 5 000 m kw. do 8 000 m kw. Dodatkowo rozbudowano osiem innych parków handlowych. Łącznie w ramach tego formatu oddano do użytku ponad 84 000 m kw. powierzchni handlowej.

### ROCZNA PODAŻ NOWEJ POWIERZCHNI HANDLOWEJ W POLSCE



Źródło: Cushman & Wakefield

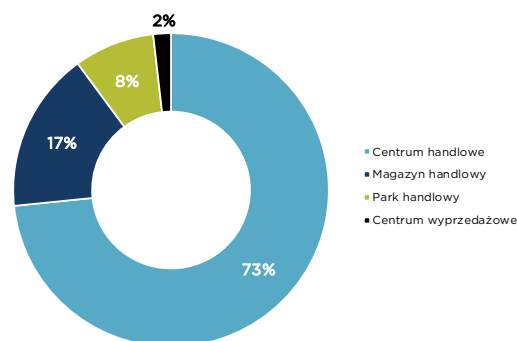
### NAJWIĘKSZE NOWE OBIEKTY HANDLOWE\* OTWARTE W 2019 R.

Obiekt / Miasto	Format	Deweloper	Powierzchnia (m kw.)
Galeria Młociny / Warszawa	Centrum handlowe	Echo Investment, EPP	78 500
Stara Ujeźdzalnia / Jarosław	Centrum handlowe	CD Locum	28 500
Tkalcia Pabianice	Centrum handlowe	A&A Marketing	12 000
Silesia Outlet / Gliwice	Centrum wyprzedażowe	6B47 Real Estate Investors	12 000
Galeria Hosso / Drawsko Pomorskie	Centrum handlowe	Hosso Holding	9 000

Źródło: Cushman & Wakefield

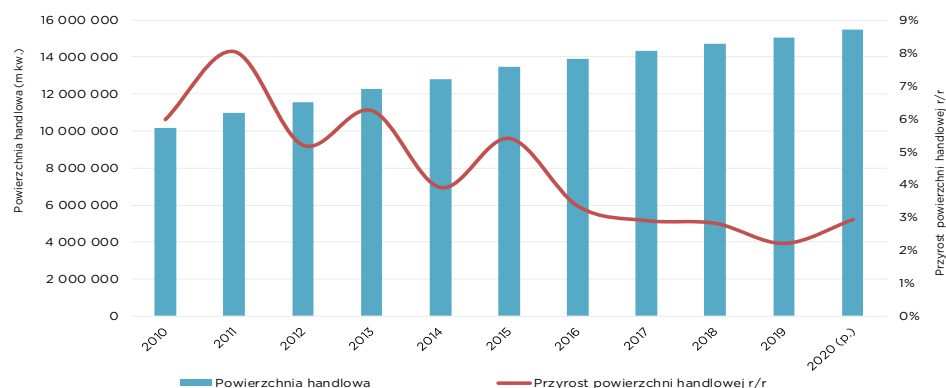
\* tabela nie uwzględnia wolnostojących magazynów handlowych

### POWIERZCHNIA HANDLOWA W POLSCE NA KONIEC 2019 R. W PODZIALE NA FORMATY HANDLOWE



Źródło: Cushman & Wakefield

#### ZASOBY POWIERZCHNI HANDLOWEJ I JEJ PRZYROST R/R W LATACH 2010-2020



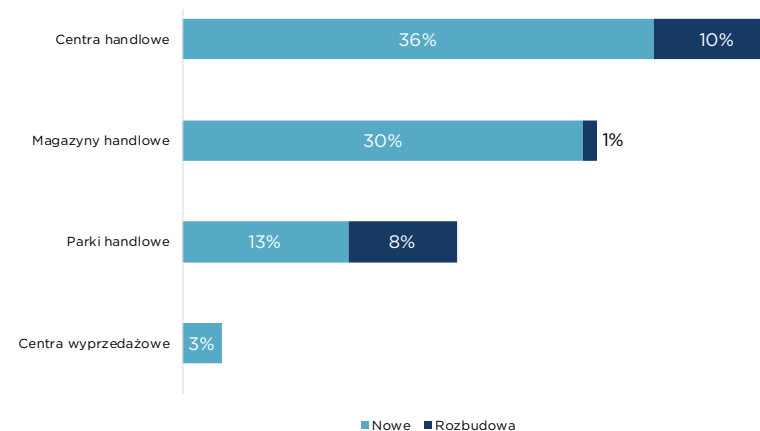
Źródło: Cushman & Wakefield

W ciągu ostatnich dwunastu miesięcy wybudowano 127 000 m kw. powierzchni handlowej w ramach wolnostojących magazynów handlowych (dwanaście nowych obiektów i jedna rozbudowa). Większość z nich to obiekty o profilu budowlanym.

W ramach centrów wyprzedażowych na rynku pojawił się jeden nowy obiekt o powierzchni 12 000 m kw. (Silesia Outlet w Gliwicach).

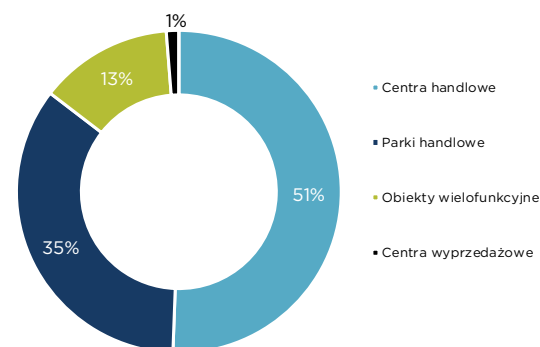
Uwzględniając wszystkie formaty, w 2019 r. otwarto łącznie dwadzieścia osiem nowych obiektów, a dziewiętnaście rozbudowano. Kilkanaście centrów handlowych częściowo lub całkowicie zmodernizowano (m.in. Auchan Kołbaskowo, Fashion Outlet Wrocław, Galeria Przymorze, Nowe Czyżyny, Poznań Plaza, Vivo Lublin, Okęcie Park czy Galeria Miodowa). Połowa nowej podaży zasilila największe miasta (głównie dzięki otwarciu Galerii Młociny o powierzchni 78 500 m kw. w Warszawie), natomiast na najmniejsze rynki miast i miejscowości o populacji poniżej 100 000 mieszkańców trafiło aż 27% nowej powierzchni handlowej w tym roku.

#### POWIERZCHNIA HANDLOWA DOSTARCZONA W 2019 R. W PODZIALE NA FORMATY I TYPY INWESTYCJI



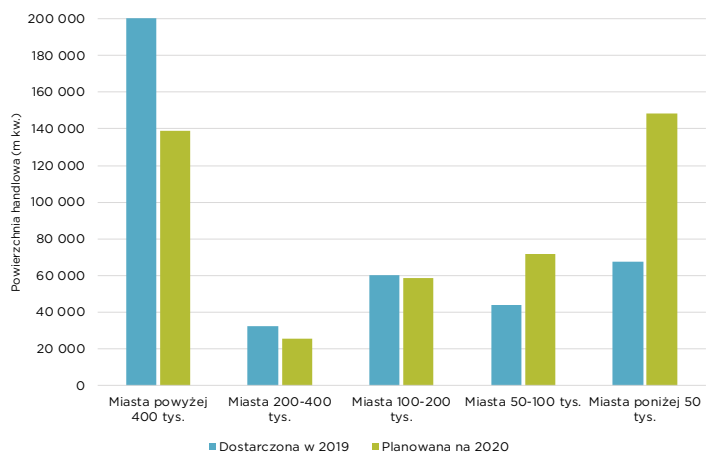
Źródło: Cushman & Wakefield

#### POWIERZCHNIA HANDLOWA W BUDOWIE Z TERMINEM ODDANIA NA 2020 R.



Źródło: Cushman & Wakefield

#### POWIERZCHNIA HANDLOWA DOSTARCZONA W 2019 R. I PLANOWANA DO ODDANIA W 2020 R.



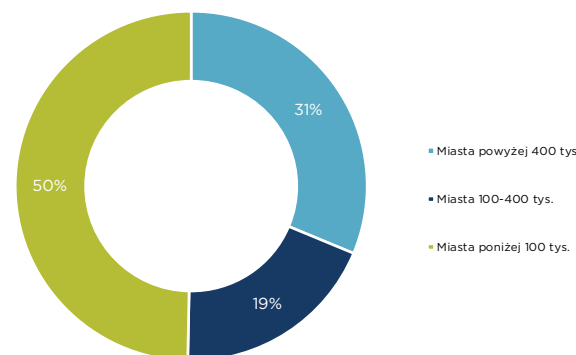
Źródło: Cushman & Wakefield

Ponad 500 000 m kw. powierzchni handlowej jest obecnie w trakcie budowy, z czego 85% planowane jest do otwarcia do końca 2020 r. Największymi budowanymi obecnie obiektami są: Color Park (25 000 m kw.) w Nowym Targu, Park Handlowy z Castorama (łącznie 23 700 m kw.) we Włocławku oraz Galeria Podhalańska (21 500 m kw.) w Nowym Targu.

W najbliższym czasie wciąż będziemy obserwować wzmożone zainteresowanie inwestorów mniejszymi miastami o populacji poniżej 100 000 mieszkańców.

Prawie 50% powierzchni handlowej będącej obecnie w budowie zostanie dostarczone na te właśnie rynki. Nasycenie rynku w głównych aglomeracjach oraz widoczne zmiany w zachowaniu i oczekiwaniach klientów wpływają na zmiany w planowanej podaży obiektów handlowych, na którą w najbliższych latach będą się składać głównie małe centra typu „convenience”, parki handlowe i obiekty wielofunkcyjne. Pomimo ubiegłorocznego wyraźnego wyhamowania ilości nowej podaży centrów handlowych (-35% r/r) na rok 2020 planowane jest otwarcie około 220 000 m kw. w ramach tego formatu, czyli o 23% więcej niż w ubiegłym roku.

#### POWIERZCHNIA HANDLOWA W BUDOWIE Z TERMINEM ODDANIA W 2020 R.



Źródło: Cushman & Wakefield

#### NAJWIĘKSZE OBIEKTY\* W BUDOWIE PLANOWANE DO ODDANIA W 2020 R.

Obiekt / Miasto	Format	Developer	Powierzchnia (m kw.)
Color Park / Nowy Targ	Centrum handlowe	Nowotarska Sp. z o.o	25 000
Park Handlowy+Castorama / Włocławek	Park handlowy	Omega Investments	23 700
Galeria Podhalańska / Nowy Targ	Centrum handlowe	FPUH Bryjax	21 500
Karuzela+Bił / Ełk	Park handlowy	Karuzela Holding / Mitiska REIM / Schiever	21 000
Galeria Wiślanka / Żory	Centrum handlowe	BŁYSK Investment Group	20 000
Dekada / Nysa	Centrum handlowe	Dekada Realty	19 000
Atut Wieliczka / Wieliczka	Centrum handlowe	KG Group	18 000
Elektrownia Powiśle / Warszawa	Obiekt wielofunkcyjny	White Star Real Estate / Tristan Capital Partners	18 000
Galeria Chełm / Chełm	Centrum handlowe	Acteum Group	17 500
Ancona+Leroy Merlin / Radom	Centrum handlowe	Ancona Development	17 200

Źródło: Cushman & Wakefield

\*tabela nie uwzględnia wolnostojących magazynów handlowych

Podsumowanie 2019 r.

### POPYT

Popyt krajowy pozostawał w 2019 r. głównym czynnikiem wzrostu gospodarczego Polski. Produkt krajowy brutto wzrósł o 4,0% r/r wobec 5,1% w 2018 r. Zmniejszenie tempa wzrostu gospodarczego wynikało w znacznej mierze ze spowolnienia konsumpcji gospodarstw domowych (z 4,3% w 2018 r. do 3,9% w 2019 r.). Utrzymały się korzystne tendencje na rynku pracy (stopa bezrobocia rejestrowanego na koniec 2019 r. wyniosła 5,2%), przy jednoczesnym wzroście przeciętnego miesięcznego

wynagrodzenia brutto o 4,1% r/r (realne, sektor przedsiębiorstw). Średnioroczna inflacja wyniosła 2,3% i nie przekroczyła granic celu inflacyjnego polityki monetarnej wynoszącego 2,5%. Nasilenie dynamiki cen konsumpcyjnych wpłynęło jednak na spowolnienie tempa wzrostu siły nabywczej płac. W najbliższym czasie oczekuje się powolnego wygasania korzystnego wpływu transferów socjalnych na konsumpcję, na którą korzystny wpływ może mieć z kolei podwyższenie płacy minimalnej.

### WYBRANE WSKAŹNIKI MAKROEKONOMICZNE (GRUDZIEŃ 2019 R.)



**5,2% (-0,6 P.P. R/R)**  
STOPA BEZROBOCIA



**5 604,25 zł (+6,2% R/R)**  
PRZECIĘTNE MIESIĘCZNE NOMINALNE WYNAGRODZENIE BRUTTO W SEKTORZE PRZEDSIĘBIORSTW



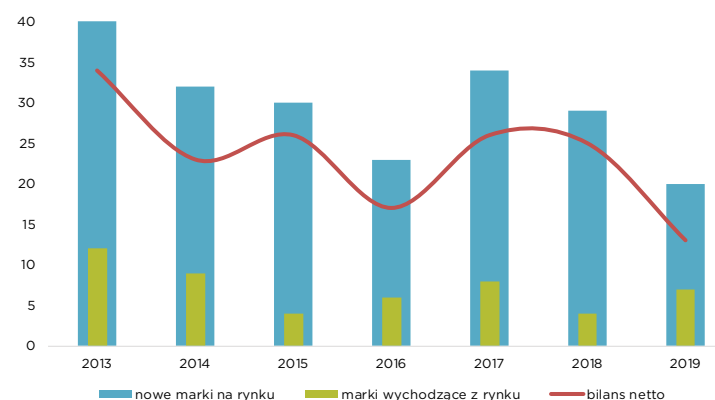
**102,3**  
ŚREDNIOROCZNY WSKAŹNIK CEN TOWARÓW I USŁUG KONSUMPCYJNYCH



**5,4% r/r (wobec 6,5% w 2018 r.)**  
WZROST SPRZEDAŻY DETALICZNEJ (W JEDNOSTKACH POWYŻEJ 9 PRACUJĄCYCH)

Źródło: GUS

### LICZBA NOWYCH MAREK WCHODZĄCYCH DO POLSKI I WYCHODZĄCYCH Z RYNKU



Źródło: Cushman & Wakefield

W ubiegłym roku dwadzieścia nowych międzynarodowych marek zdecydowało o ekspansji w obiektach handlowych w Polsce. Przy okazji otwarcia Galerii Młociny w Warszawie pojawiły się pierwsze w Polsce sklepy takich marek jak włoska Gagliardi oferująca modę męską, niemiecka bielizniarska marka Sloggi, czy ukraiński koncept rodzinnej restauracji Pesto Cafe. W 2019 roku swoje pierwsze lokale nad Wisłą otworzyły również: park rozrywki TEPfactor w Blue City, odzieżowa marka Boxeur des Rues w Factory Poznań czy MyShoes (nowa marka obuwnicza sieci Deichmann), której sklepy otwarto jednocześnie w Galerii Mokotów, Galerii Katowickiej i Galerii Echo w Kielcach. O ekspansji w Polsce zdecydowały również inne znane międzynarodowe marki: Monki i Weekday (należące do grupy H&M), La'Mona –

hiszpańska marka modowa (w Pasażu Łódzkim), 10Days Amsterdam (Klif, Warszawa), Loyd (Galeria Północna, Warszawa), Under Armour (Westfield Arkadia), Saucony (Factory Outlet Modlniczka), Peserico (Stary Browar, Poznań), LG Brand Store (Klif, Warszawa), Columbia Sportswear (Krupówki, Zakopane). Polski rynek handlowy wzbogaciły też dwie nowe marki premium Corneliani i Fabiana Filippi, które otworzyły swoje sklepy w budynku Ethos w Warszawie. W ubiegłym roku, w odnowionym zabytkowym hotelu Raffles Europejski w Warszawie otwarto pierwszy w Polsce sklep międzynarodowej marki luksusowej Hermès. Nadal wyczekiwany przez rynek jest również debiut w Polsce irlandzkiej sieci Primark (Galeria Młociny, Warszawa), a także marki American Urban Outfitters (Elektrownia Powiśle, Warszawa), których wejście na rynek zapowiedziano na rok 2020.

## NIEDZIELNE OGRANICZENIA HANDLU

Rok 2019 to kolejny etap zaostrzenia ograniczeń handlu w niedziele wprowadzonych w marcu 2018 r. W minionym roku handel był dozwolony jedynie w ostatnią niedzielę w miesiącu. W efekcie, Polacy zmienili swoje dotychczasowe zwyczaje planując zakupy w inne dni tygodnia, przy czym najczęściej jest to sobota, co powoduje, że sklepy w tym dniu są zatłoczone. Zgodnie z badaniem Santander Consumer Banku ponad 69% ankietowanych przyzwyczyło się do zakazu handlu w niedziele, jednak 25% badanych twierdzi, że zakaz ma negatywny wpływ na komfort ich życia, a niedziela jest często jedynym dniem, kiedy mogą spokojnie zrobić zakupy.

Mniejsza odwiedzalność centrów handlowych była zauważalna szczególnie w początkowym okresie obowiązywania ograniczeń. Z czasem sytuacja zaczęła się stabilizować. Ogółem średnia miesięczna odwiedzalność centrów handlowych (Footfall Index, PRCH) wzrosła w 2019 r. o 4% r/r.

Analizując średnie obroty generowane przez najemców w centrach handlowych na 1 m kw. powierzchni GLA całorocznie (Turnover Index, PRCH) widać niewielki wzrost o około 1% r/r. Średnie obroty na m kw. we wszystkich kategoriach handlowych wynosiły w 2019 r. 882 zł. Szczególnie duży wzrost zanotowała kategoria rozrywkowa (o 12% r/r) i restauracyjna (o 10% r/r), co jest efektem działań wprowadzonych przez centra handlowe w zakresie poszerzania i uatrakcyjniania oferty rozrywkowo-gastronomicznej. Stabilny wzrost obrotów zaobserwowano również w kategorii usług (o 9% r/r), które mocno rozwijają się w obiektach handlowych w ostatnich latach.

Od 2020 r. obowiązuje już całkowity zakaz handlu w niedziele z wyjątkiem siedmiu w roku (dwie poprzedzające Boże Narodzenie, jedna przed Wielkanocą oraz ostatnie niedziele stycznia, kwietnia, czerwca i sierpnia).



#### PUSTOSTANY

Na koniec 2019 r. średni wskaźnik powierzchni niewynajętej w centrach handlowych osiemnastu największych rynków w Polsce pozostał na niskim poziomie 3,9% (wzrost o 0,3 pp w stosunku do I poł. 2019 r.).

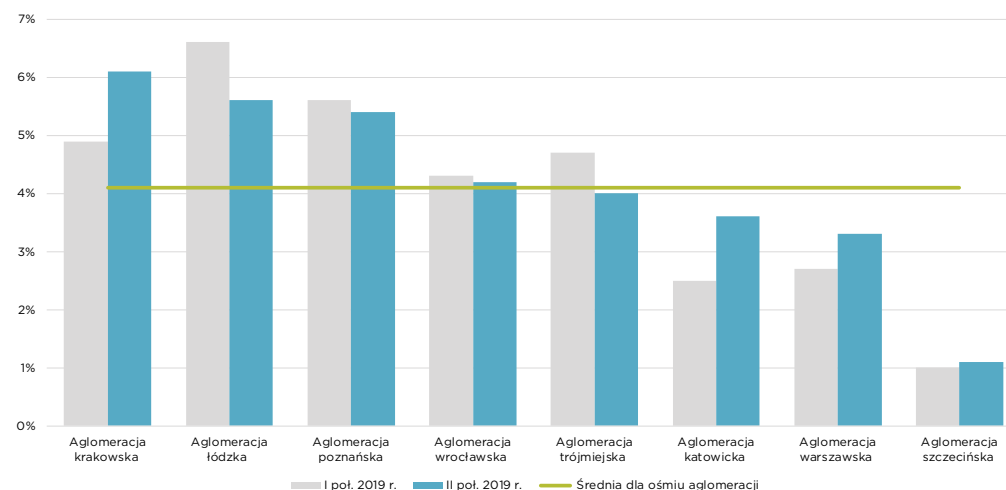
Wśród ośmiu głównych aglomeracji największej powierzchni niewynajętej odnotowano w Krakowie (6,1%), Łodzi (5,6%) i Poznaniu (5,4%), przy czym jedynie w Krakowie odnotowano wzrost poziomu pustostanów w ciągu ostatnich sześciu miesięcy (o 1,2 pp), natomiast w Łodzi i Poznaniu ilość powierzchni niewynajętej spadła odpowiednio o -1,0 pp i o -0,2 pp. W przypadku aglomeracji krakowskiej negatywnie na poziom pustostanów wpłynęło wyjście Leroy Merlin z centrum handlowego Bonarka oraz zmniejszenie powierzchni Tesco Kapelanka. Warto zauważyć, że za 43% całkowitego poziomu pustostanów w mieście odpowiada powierzchnia niewynajęta w centrum handlowym Plaza Kraków.

Najniższy poziom pustostanów wśród ośmiu największych aglomeracji zaobserwowano w Szczecinie (1,1%), Warszawie (3,3%) i w konurbacji Katowic (3,6%). Katowice są jednocześnie rynkiem, na którym zanotowano wzrost pustostanów (o 1,1%) wynikający między innymi z wyjścia Tesco z Europy Centralnej i zmniejszenia powierzchni dwóch kolejnych hipermarketów tej sieci: w Bytomiu i Tarnowskich Górach.

Na rynkach mniejszych miast o populacji 200-400 tys. mieszkańców poziom powierzchni niewynajętej pozostał praktycznie bez zmian (wzrost 0,4 pp) w stosunku do połowy 2019 r. i wyniósł średnio 3,6%. Wśród tej kategorii miast najwyższy wskaźnik pustostanów zanotowano w Częstochowie 7,5%, a najniższy w Toruniu 0,7%. Na stosunkowo wysoki wskaźnik pustostanów w Częstochowie wpływa utrzymujący się od dłuższego czasu wolny lokal po Praktikerze w centrum handlowym M1.

W grupie miast o populacji 100-200 tys. mieszkańców poziom pustostanów utrzymuje się na niskim poziomie 2,0% (nieznaczny wzrost o 0,1 pp), co jest wynikiem mniejszego nasycenia tych rynków powierzchnią handlową.

#### WSKAŹNIK PUSTOSTANÓW W NAJWIĘKSZYCH MIASTACH POLSKI



Źródło: Cushman & Wakefield



#### CZYNsze

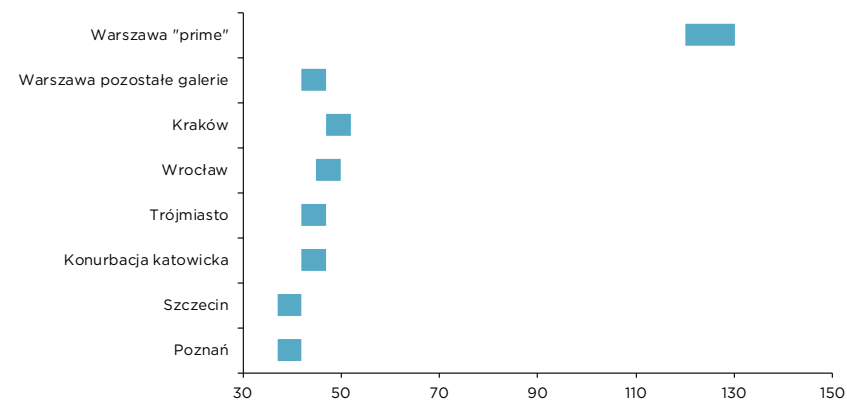
Czynsze „prime” w najlepszych centrach handlowych pozostają stabilne z lekką tendencją wzrostową. Najdroższym rynkiem wciąż jest Warszawa, gdzie czynsze „prime” za lokale o pow. 100 m kw. w najlepszych centrach handlowych oscylują w granicach 120-130 EUR/m kw./miesiąc. W pozostałych głównych miastach stawki dla podobnych lokali wahają się w granicach 40-52 EUR/m kw./miesiąc.

Silna konkurencja i rosnące nasycenie rynku powierzchni handlowych w Polsce powoduje coraz większą presję na obniżenie czynszów w drugorzędnych centrach handlowych z mniej atrakcyjną ofertą lub gorszą lokalizacją. Taka sytuacja zdecydowanie sprzyja najemcom. Coraz częściej podpisują oni umowy najmu, w których wysokość czynszu uzależniona jest od wysokości obrotów. Najemcy oczekują też innych zachęt w postaci okresów bezczynszowych, krótszych okresów najmu, pokrycia części kosztów wykończenia i aranżacji wynajętej powierzchni czy zamrażania kosztów eksploatacyjnych.

Zarządcy i właściciele centrów handlowo-rozrywkowych o ugruntowanej pozycji na rynku, podążających za zmieniającymi się trendami, rzadko zmagają się z takimi wyzwaniami, a lista oczekujących najemców na wolny lokal wpływa na silną pozycję negocjacyjną tych obiektów.

Wciąż pogłębia się obserwowana od pewnego czasu polaryzacja rynku centrów handlowych, w wyniku której zwiększają się różnice w średnich stawkach czynszu w poszczególnych obiektach.

#### CZYNsze ZA NAJLEPSZE LOKALE W CENTRACH HANDLOWYCH (EUR/M KW./MIESIĄC)



Źródło: Cushman & Wakefield

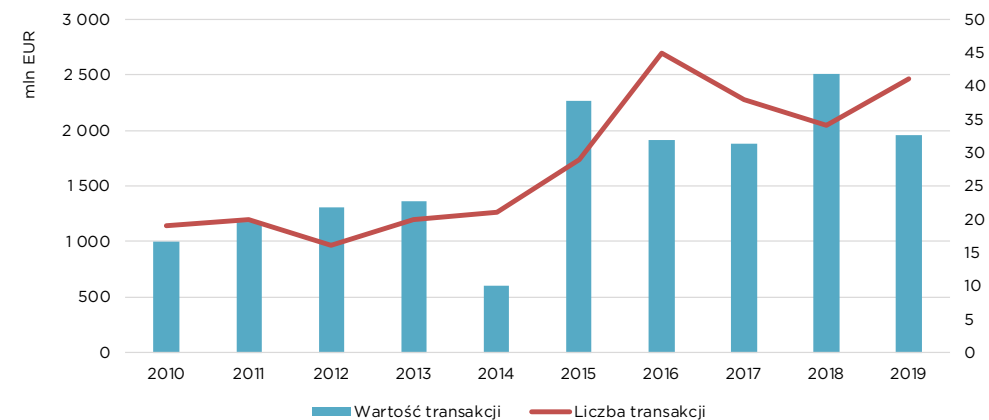
#### RYNEK INWESTYCYJNY

W 2019 roku wartość transakcji inwestycyjnych na rynku nieruchomości komercyjnych w Polsce osiągnęła najwyższą wartość w historii rynku przekraczając 7,6 mld EUR. Mimo zwrotu inwestorów w kierunku nieruchomości magazynowych i biurowych, rok 2019 należy uznać za kolejny udany okres biorąc pod uwagę osiągnięte wolumeny transakcji w sektorze nieruchomości handlowych. Łączna wartość transakcji na rynku powierzchni handlowych przekroczyła ponad 1,95 mld EUR, co wpisywało się w zakres osiągniętych wartości z ostatnich 5 lat.

Analiza płynności wskazuje, że najwięcej transakcji miało wartość poniżej 50 milionów EUR. Transakcji w tym przedziale zawarto łącznie 33, co stanowiło wzrost o blisko 30% w porównaniu do 2018 roku. Liczba transakcji w przedziałach wartości 50-100 milionów EUR oraz powyżej była taka sama jak rok wcześniej. Może to świadczyć o utrzymywaniu się niższej płynności aktywów pozostających w tych przedziałach wartości.

Pod względem wartości, największy udział w wolumenie inwestycyjnym w 2019 roku była akwizycja siedmiu nieruchomości handlowych należących do Cromwell Polish Retail Fund przez Cromwell Property Group w ramach wykorzystania prawa pierwokupu. Transakcji przypisuje się wartość zbliżoną do 600 mln EUR. Kolejnymi dwoma transakcjami o wartości przekraczającej 200 mln EUR był transfer drugiej transzy portfela M1 z Chariot Top Group do EPP oraz przejęcie przez ECE dwóch centrów handlowych od Atrium o łącznej wartości 298 mln EUR. Nieruchomości handlowe stanowiły również część platformy Echo Investment, największego polskiego dewelopera, którego pakiet kontrolny został zakupiony przez węgierskiego dewelopera i inwestora Wing.

#### WARTOŚĆ TRANSAKcji W SEKTORZE NIERUCHOMOŚCI HANDLOWYCH W LATACH 2010-2019



Źródło: Cushman & Wakefield

## RYNEK INWESTYCYJNY

Spośród aktualnych trendów na rynku nieruchomości handlowych należy wymienić rosnące zainteresowanie transakcjami w formule sale & lease-back, gdzie nieruchomości handlowe sprzedawane są przez ich dotychczasowych właścicieli, którzy po zakończonej transakcji pozostają nadal jej użytkownikami najczęściej w formule długoletniej umowy najmu na okres powyżej 10 lat.

Pomimo utrzymującej się relatywnie dużej aktywności inwestycyjnej w sektorze nieruchomości handlowych obserwujemy tendencję wzrostu stóp kapitalizacji w tej klasie aktywów. W ostatnich 12 miesiącach, stopy kapitalizacji dla najlepszych nieruchomości handlowych w kraju wzrosły o blisko 50 punktów bazowych do poziomu 4,75%. W przypadku miast regionalnych stopy kapitalizacji dla najlepszych obiektów wahały się w przedziale 5,35% - 5,60% w zależności od specyfiki konkretnej lokalizacji.

Przewidujemy, że najbliższe 12 miesięcy będzie kontynuacją zaobserwowanych trendów, które przełożą się na utrzymanie popytu na parki handlowe, inwestycje typu value-add przy jednoczesnej ograniczonej aktywności inwestorów w zakresie najlepszych nieruchomości handlowych.

## NAJWIĘKSZE TRANSAKCJE KUPNA SPRZEDAŻY W 2019 R. W POLSCE

Obiekt / Portfel	Miasto	Powierzchnia (m kw.)	Sprzedający	Nabywca	Cena (mln EUR)
Portfel Rocky	Warszawa, Wrocław, Szczecin, Bydgoszcz, Łódź, Toruń	270 000	Cromwell Polish Retail Fund (CPRF)	Cromwell Property Group	600
Portfel Sarmat	Lublin, Koszalin	131 000	AERE	ECE	298
2 transza portfela M1	Bytom, Częstochowa, Radom, Kielce, Olsztyn, Opole	141 000	Chariot Top Group	EPP	222
Makro portfolio	Warszawa, Wrocław, Kraków i Lublin	61 000	Metro Properties	FLE GmbH	Poufne
58% akcji Echo Investment	Warszawa, Katowice	130 000	Echo Investment	Wing IHC	Poufne
27% udziałów w centrum handlowym Pożnania	Poznań	100 000	Fociere Euris	Apsys	Poufne
Galeria Leszno / Castorama	Leszno	33 400	Blackstone RE	Prime Holding	Poufne
King Cross Praga	Warszawa	24 200	CBRE GI	AERE	43
Wrocław Fashion Outlet	Wrocław	13 800	Meyer Bergman	APG Group / Hammerson	Poufne
Silesia Outlet	Gliwice	20 000	6B47 RE	Neinver / Nuveen	31,5

*Źródło: Cushman & Wakefield*

Podsumowanie 2019 r.

### TRENDY I PROGNOZY

#### KREOWANIE DESTYNACJI, CZYLI „**PLACEMAKING**”

Rosnąca popularność obiektów wielofunkcyjnych, których budowa bardzo często uwzględnia rewitalizację starych postindustrialnych budynków, np. Elektrownia Powiśle, Fabryka Norblina, Browary Warszawskie.

Na znaczeniu będą zyskiwać miejsca, w których handel stanowi jedynie uzupełnienie szerokiej oferty atrakcji umożliwiających spędzanie czasu poza domem, np. Hala Koszyki, Elektrownia Powiśle wraz z Centrum Kopernika.

#### MODERNIZACJE I **PRZEBUDOWY**

Dostosowanie przestrzeni centrów handlowych i lokali handlowych do najnowszych standardów architektonicznych.

Strefy relaksu i odpoczynku dla klientów.

Rosnąca rola gastronomii i rozrywki w centrach handlowych.

#### DOŚWIADCZENIA ZAKUPOWE JAKO **ALTERNATYWA DO HANDLU ELEKTRONICZNEGO**

Tworzenie miejsc spotkań, eventów tematycznych w sklepach stacjonarnych.

Sklepy stacjonarne jako miejsce nawiązywania relacji z produktem.



#### **SKLEPY BEZOBŚLUGOWE (CARREFOUR, TAKE&GO)**

#### **EKOLOGIA I RÓWNOWAŻONY ROZWÓJ**



Ograniczanie ilości zużytego plastiku (np. Lidl, Carrefour, Biedronka, E. Leclerc, McDonald's).

Świadoma konsumpcja i zachęcanie do ponownego wykorzystywania produktów (np. przekazywanie starych mebli organizacjom charytatywnym w IKEA).

Subskrypcje i korzystanie bez nabywania (w planach IKEA usługa wypożyczania mebli).

Recycling ubrań, wykorzystanie ekologicznych materiałów, eliminacja niebezpiecznych chemikaliów w tekstylnym łańcuchu dostaw (np. Grupa Inditex, LPP).

Zielone ogrody na dachu (np. planowany mixed-use Towarowa 22 w Warszawie).

Promowanie przez sieci handlowe i nagradzanie klientów za bardziej zrównoważone planowanie dostaw w e-commerce.

Nowe podejście do programów ojalnościowych (klient nagradzany za ekologiczne zachowanie, a nie za sam zakup).



#### RESTRUKTURYZACJA I OPTYMALIZACJA **SIECI SPOŻYWCZYCH**

Redukowanie powierzchni do formatów kompaktowych z przeznaczeniem uwolnionej powierzchni na rzecz powiększenia galerii handlowej, np. Tesco, Carrefour.

Zamykanie nierentownych placówek, których lokalizacja nie jest korzystna dla działalności handlowej.

Przekształcanie nierentownych placówek na rzecz innej działalności handlowej (np. markety budowlane) lub radykalna zmiana funkcji (na np. magazynową, biurową, mieszkalną), np. Tesco / Leroy Merlin.

Co-retailing (handel w handlu), czyli przeznaczenie części powierzchni handlowej wewnątrz hipermarketu na inną działalność handlową (np. Media Markt w Carrefour).



#### DIGITALIZACJA HANDLU **I E-COMMERCE**

Nowe technologie pozwalające na śledzenie reakcji i mapowanie aktywności klienta w trakcie zakupów w sklepie stacjonarnym.

Analiza danych behawioralnych w czasie rzeczywistym pozwalająca na dostosowanie oferty i komunikacji z klientem.

#### PERSONALIZACJA OFERTY I **INDYWIDUALIZACJA MARKETINGU**

Dostosowanie oferty do różnych pokoleń klientów  
Rosnąca rola mediów społecznościowych, influencerów i aplikacji mobilnych takich jak np. TikTok.

## O Cushman & Wakefield

Cushman & Wakefield (NYSE: CWK) jest wiodącą na świecie firmą doradcą świadczącą usługi na rzecz najemców i właścicieli nieruchomości komercyjnych. Cushman & Wakefield należy do grupy największych firm doradczych na rynku nieruchomości, zatrudnia ok. 51 tysięcy pracowników w 400 biurach i 70 krajach na całym świecie. W 2018 roku jej przychody wyniosły 8,2 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.pl](http://www.cushmanwakefield.pl) lub na Twitterze: @CushWakeCE.

## AUTORZY PUBLIKACJI:

### Małgorzata Dziubińska

Associate Director,  
Consulting & Research  
Tel: +48 510 009 021  
[malgorzata.dziubinska@cushwake.com](mailto:malgorzata.dziubinska@cushwake.com)

### Jakub Budyh

Senior Surveyor  
Capital Markets  
Tel: +48 722 202 009  
[jakub.budyh@cushwake.com](mailto:jakub.budyh@cushwake.com)

### Aleksandra Sierocińska

Investment Surveyor  
Capital Markets  
Tel: +48 722 202 219  
[aleksandra.sierocinska@cushwake.com](mailto:aleksandra.sierocinska@cushwake.com)

ul. Złota 59 | 00-120 Warszawa  
+48 22 222 30 00  
Plac Piłsudskiego 1 | 00-078 Warszawa  
+48 22 820 20 20  
[www.cushmanwakefield.pl](http://www.cushmanwakefield.pl)

## NASZE USŁUGI DLA NAJEMCÓW I WŁAŚCICIELI POWIERZCHNI HANDLOWYCH:

### DZIAŁ POWIERZCHNI HANDLOWYCH

#### Beata Kokeli

Partner  
Head of Retail Agency | Poland  
[beata.kokeli@cushwake.com](mailto:beata.kokeli@cushwake.com)

### WYCENY I DORADZTWO

#### Mark Freeman

Partner, Head of  
Valuation & Advisory  
[mark.freeman@cushwake.com](mailto:mark.freeman@cushwake.com)

### RYNKI KAPITAŁOWE

#### Paweł Partyka

Partner,  
Capital Markets  
[pawel.partyka@cushwake.com](mailto:pawel.partyka@cushwake.com)

### PROJECT & DEVELOPMENT SERVICES

#### Andrew Frizell

Partner, Head of Project  
& Development Services CEE  
[andrew.frizell@cushwake.com](mailto:andrew.frizell@cushwake.com)

### ZARZĄDZANIE NIERUCHOMOŚCIAMI

#### Joanna Kłusek

Partner, Retail Asset  
Services  
[joanna.klusek@cushwake.com](mailto:joanna.klusek@cushwake.com)



**JUŻ W MAJU FIRMA CUSHMAN & WAKEFIELD  
PRZEPROWADZA SIĘ DO BUDYNKU THE WARSAW HUB!**

