

RAPORT SPECJALNY | Wrzesień 2020

Nieruchomości w logistyce – analiza możliwości konwersji obiektów handlowych



Prologis Park Meadows Budynek A, Portland, Oregon

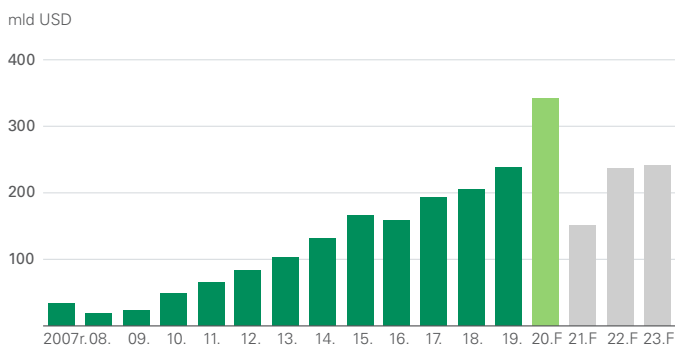
Kryzys napędza zmianę. COVID-19 sprawił, że w niecałe pięć miesięcy branża handlowa przyspieszyła swój rozwój o ponad pięć lat. Wzrost popularności handlu elektronicznego i potrzeba utrzymania stanów magazynowych „na wszelki wypadek” wpłynęły na rosnące zapotrzebowanie na wysokiej jakości obiekty logistyczne i powierzchnie typu „infill”. W tym samym czasie sektor nieruchomości handlowych musiał sprostać poważnym wyzwaniom. Zmiany na rynku skłoniły właścicieli sklepów detalicznych do rozważenia, czy powierzchnia handlowa, którą dysponują może zostać przekształcona na potrzeby dystrybucji. Zespół Prologis Research przeanalizował te tendencje, aby zmierzyć potencjalne konsekwencje dla naszej branży.

Wprowadzenie

Zakupy online generują znaczący popyt na nieruchomości logistyczne. COVID-19 sprawił, że wystarczyło niecałe pięć miesięcy, aby osiągnąć wzrost sprzedaży, który pierwotnie prognozowano na kolejne pięć lat. Mimo szybkiego dotychczasowego wzrostu, sprzedaż on-line gwałtownie przyspieszyła i w 2020 r. osiągnie poziom 340 mld USD na całym świecie.¹ Wzrost generuje znaczny popyt na nieruchomości logistyczne, ponieważ handel elektroniczny wymaga około trzy razy więcej powierzchni w porównaniu z tradycyjnym modelem dystrybucji.² Oczekuje się, że do 2024 r. udział towarów detalicznych sprzedawanych przez internet w Stanach Zjednoczonych osiągnie ponad 25%.³ Wyższy udział w przychodach będzie wymagał od sprzedawców detalicznych nastawionych na multi-channel dokonania nowych i istotnych inwestycji w łańcuchy dostaw, w tym wymusi konieczność wdrożenia łańcucha logistyki zwrotnej, który pozwoli na obsługę zwrotów. Jednym ze sposobów na zaspokojenie zapotrzebowania jest zmiana przeznaczenia obecnej powierzchni handlowej na powierzchnię magazynową.

Zawirowania na rynku nieruchomości handlowych motywują właścicieli do rozważania możliwości, jakie daje im zmiana charakteru obiektów. W przeszłości istniała w tym kontekście duża rozbieżność pomiędzy dostosowaniem działki pod logistykę a sprzedaż detaliczną. Jednocześnie wzrost wymagań w zakresie Last Touch[®] doprowadził do znacznego wzrostu stawek za wynajem powierzchni logistycznych. Właściciele sklepów detalicznych prowadzą obecnie badania due diligence (szczegółowa ocena aktualnej sytuacji przedsiębiorstwa oraz określenie istniejącego i potencjalnego ryzyka związanego z planowaną transakcją kapitałową) pod kątem alternatywnych korzyści m.in. poprzez adaptację nieruchomości innych rodzajów – w tym budynków wielorodzinnych – na potrzeby powierzchni logistycznych.

ROCZNY WZROST SPRZEDAŻY W HANDLU ELEKTRONICZNYM, W UJĘCIU GLOBALNYM



Uwaga: określenie „ujęcie globalne” dotyczy krajów, w których Prologis prowadzi działalność operacyjną, z wyjątkiem Singapuru i Kanady - dane z tych krajów są niedostępne, a poziom zaangażowania biznesowego Prologis jest tam stosunkowo niski. Źródło: U.S. Census Bureau, Euromonitor

Od sprzedaży detalicznej do logistyki - kwestie związane z konwersją

Rozważając zmianę przeznaczenia obiektu handlowego na logistyczny, należy pamiętać o czterech podstawowych wyzwaniach. Badając obiekty handlowe i możliwości z nimi związane, odkryliśmy wiele wyzwań związanych ze zmianą ich przeznaczenia na logistyczne:

- 1. Wyzwania ekonomiczne.** Podstawowe zasady ekonomii w największym stopniu ograniczają działania związane ze zmianą przeznaczenia obiektu. Mimo, że COVID-19 odcisnął mocne piętno na obiektach handlowych, można spodziewać się, że powierzchnie zwolnione przez jednych najemców zostaną wynajęte przez innych sprzedawców detalicznych. Dotyczy to w szczególności małych i średniej wielkości obiektów handlowych, które odwiedza większy odsetek klientów chcących zaspokoić podstawowe, codzienne potrzeby. Z drugiej strony w galeriach handlowych

NAJWAŻNIEJSZE WNIOSKI

→ **Konwersja nieruchomości handlowych to skomplikowany proces.** Prologis przeanalizował pod kątem potencjału konwersji wiele różnych kategorii nieruchomości, centrów handlowych o różnych rozmiarach i na różnych rynkach. Mimo dużej różnorodności wyzwań, można wyodrębnić cztery główne kategorie:

- 1. Wyzwania ekonomiczne,** które obejmują konieczność ponownego wynajęcia powierzchni pod handel detaliczny; obecność bardziej dochodowych, inwestycji jak lokale mieszkalne; wysokie koszty konwersji pod działania logistyczne oraz częsta obecność konkurencyjnych, alternatywnych subrynków logistycznych.
- 2. Wyzwania polityczne,** w tym restrykcyjny podział na obszary zagospodarowania przestrzennego i uprawnienia; sprzeciw społeczności lokalnych; obawy dotyczące obniżenia kategorii zabudowy w danym obszarze, a w konsekwencji groźbą utraty wpływów z podatków od sprzedaży.
- 3. Wyzwania fizyczne,** w tym niewielkie możliwości rekonfiguracji istniejących struktur; nieefektywne rozmieszczenie/układ obiektów oraz ich zbyt mały rozmiar w stosunku do potrzeb logistycznych.
- 4. Wyzwania prawne,** w tym wzajemne umowy o służebności publicznej; ograniczenia dotyczące klauzul zezwalających wielu podmiotom na jednoczesne korzystanie z obiektu; oraz konieczność prowadzenia negocjacji z wieloma stronami, co uniemożliwia lub wydłuża zmianę przeznaczenia nieruchomości.

→ **Charakter konwersji może się znacząco różnić w zależności od kategorii obiektu.**

- Przebudowa galerii handlowych będzie w najbliższych latach prawdopodobnie jednym z najbardziej złożonych i długotrwałych projektów związanych z przystosowaniem nieruchomości do nowych potrzeb. Nadmiar podaży powierzchni użytkowej w galeriach handlowych oraz nacisk na sprzedawców detalicznych w tych lokalach sprawi, że konwersje w nich będą częściej spotykane w porównaniu z innymi kategoriami. Jednocześnie mniejsza skala działalności centrów

handlowych prawdopodobnie przełoży się na niższy poziom konwersji na działalność logistyczną).

- Zmiana przeznaczenia obiektów handlowych typu strip mall (niewielkie, najczęściej parterowe centra handlowe umożliwiające klientom szybkie zakupy) na obiekty logistyczne będzie prawdopodobnie rzadkością. To zasługa lepszej kondycji sprzedawców detalicznych w tej kategorii, a także efekt wpływu barier charakterystycznych dla takich miejsc (niewielkie rozmiary obiektów, nieefektywna geometria i miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego (MPZ)).
- Wolnostojące obiekty handlu detalicznego są najliczniejszą kategorią w Stanach Zjednoczonych. Mimo, że wielkość i lokalizacja czynią wiele z nich nieatrakcyjnymi pod względem zmiany przeznaczenia pod obiekty logistyczne, kategoria ta najprawdopodobniej będzie największym źródłem konwersji. Budynki, które znajdują się na peryferiach kompleksów handlowych, są bowiem łatwiejsze do przebudowy.

→ **Działania na małą skalę.** Konwersja obiektów handlu detalicznego w logistyczne może wynieść od około 465 do 930 tysięcy metrów kwadratowych rocznie (od 4,6 do 9,3 milionów metrów kwadratowych w ciągu następnej dekady). W tym:

- Mniej niż 5 procent obiektów typu Last Touch®, których powierzchnia wynosi od 139,3 do 185,6 milionów metrów kwadratowych na 25 największych rynkach w Stanach Zjednoczonych;
- Mniej niż 1 procent istniejących obiektów logistycznych, których powierzchnia wynosi 929 milionów metrów kwadratowych na 25 największych rynkach w Stanach Zjednoczonych;
- Mniej niż 3 procent nowobudowanych obiektów logistycznych rocznie, których powierzchnia wynosi od 23,2 do 25,5 milionów metrów kwadratowych na 25 największych rynkach w Stanach Zjednoczonych;
- Mniej niż 10 procent powierzchni logistycznej potrzebnej do sprostania rosnącemu popytowi, który w ocenie Prologis nastąpi wskutek przyśpieszenia tendencji strukturalnych związanych z wpływem pandemii COVID-19.

sprzedawcy detaliczni stoją przed większymi wyzwaniami, przy czym istnieją duże różnice między centrami handlowymi o wysokiej i niższej jakości. W miarę wzrostu prawdopodobieństwa zmiany przeznaczenia danego obiektu z handlu detalicznego na logistykę, nieruchomości są rutynowo wyceniane z uwzględnieniem zastosowań o wyższej wartości niż logistyka. Może dochodzić do zmiany przeznaczenia obiektu w sposób, który przekracza potrzeby działalności logistycznej, na przykład na inne formy handlu detalicznego; budownictwo mieszkaniowe jedno- i wielorodzinne; przestrzenie biurowe i laboratoryjne; hotele; uniwersytety oraz na potrzeby lokalnych społeczności i jednostek samorządowych.

Nawet jeśli właściciel obiektu detalicznego jest zaangażowany w zmianę jego przeznaczenia na logistyczne, podmioty chcące korzystać z takiej możliwości będą musiały zmierzyć się z dużymi kosztami takich zmian. Wiele obiektów znajduje się w pobliżu istniejących podrynków logistycznych (w promieniu od 3,2 do 8 kilometrów). Dlatego inwestor decydujący się na konwersję musi liczyć się z dużą konkurencją ze strony istniejącego rynku logistycznego. Parki logistyczne oferują najemcom bardziej atrakcyjne koszty użytkowania (w tym niższe czynsze), a do tego zaprojektowane są od początku do końca z myślą o obsłudze łańcuchów dostaw – zarówno od strony infrastruktury i rozwiązań technologicznych jak i zapotrzebowania na pracowników.

- 2. Wyzwania polityczne.** Gminy znajdujące się w obrębie kluczowych rynków i rynków typu „infill” niechętnie decydują się na obniżenie kategorii danego obszaru zabudowy, co umożliwiłoby wprowadzenie do niej działalności logistycznej. Taka zmiana może skutkować bowiem zmniejszeniem przychodów z podatków od sprzedaży. Próby wprowadzenia zmian tego typu nierzadko napotykać także opór społeczności lokalnych. Nawet w gminach, które aktywnie wspierają procesy zmian przeznaczenia lokalnych obiektów, występują utrudnienia związane z koniecznością zmiany klasyfikacji zagospodarowania przestrzennego i odblokowywaniem obciążeń związanych z dzierżawą - czynności tego typu mogą trwać wiele lat. Wyzwania są szczególnie duże w przypadku małych i średnich obiektów (o powierzchni poniżej 46,5 tysiąca metrów kwadratowych), gdzie obiekty komercyjne często sąsiadują bezpośrednio z budynkami mieszkalnymi. Przykładami takich obiektów są parki handlowe oraz tzw. power centers (kompleksy handlowe zdominowane przez kilku wielkopowierzchniowych najemców, składające się zwykle z kilku wolno stojących budynków z ograniczoną liczbą sklepów, w tym m.in. dyskontów i outletów).
- 3. Wyzwania fizyczne.** Nie wszystkie obiekty handlowe będą opłacalne z punktu widzenia logistyki. Minimalne rozmiary dla obiektów logistycznych to zazwyczaj 3,2 - 4 hektarów (czasami wykorzystuje się mniejsze obiekty, jednak ze względu na niską opłacalność przebudowy nie jest to często spotykane). To eliminuje takie obiekty, jak niewielkie domy handlowe (tzw. strip malls) czy większość osiedlowych centrów handlowych. Lokalne centra handlowe są co prawda większe, ale obiekty tego rodzaju bywają długie i wąskie, co z kolei utrudnia zaadaptowanie ich do potrzeb logistyki, ze względu na konieczność zapewnienia większych placów manewrowych dla ciężarówek i większej elastyczności załadunku. Bardziej opłacalne będą parki handlowe i większe lokalne centra handlowe, ale tylko w przypadku pełnej przebudowy. Częściowa przebudowa obiektów wielkopowierzchniowych to z kolei scenariusz, w którym kompromis operacyjny jest ważniejszy niż korzyści finansowe. Przebudowy obiektów wielkopowierzchniowych są opłacalne tylko w przypadku centrów handlowych o powierzchni od 46,5 tysiąca do 93 tysiąca metrów kwadratowych lub większych, ponieważ ich

konstrukcja i duże rozmiary zapewniają większą elastyczność.

- 4. Wyzwania prawne.** Nawet jeśli okoliczności sprzyjają opłacalnej zmianie przeznaczenia obiektu, realizacja takiego przedsięwzięcia w rozsądnej cenie może być czasochłonna i wieloetapowa. Rezultat zależy od współpracy wielu stron. Grunty o nieregulowanym stanie prawnym mogą oznaczać konieczność prowadzenia negocjacji zarówno z udziałowcami, jak i dłużnikami. Grunty pod galeriami handlowymi są często kontrolowane przez wielu właścicieli. Klauzule najmu, w tym wzajemne umowy o służebności publicznej oraz zapisy zezwalające wielu podmiotom na jednoczesne korzystanie z obiektu, dają obecnym użytkownikom prawa, które mogą uniemożliwić zmianę zagospodarowania przestrzennego do potrzeb branży logistycznej. Opinie zainteresowanych stron na temat celowości zmiany przeznaczenia obiektu na logistyczny różnią się znacząco, w związku z czym sam proces może trwać wiele lat.

Podsumowując, wskaźniki konwersji obiektów detalicznych na logistyczne będą niskie, a ramy czasowe takich przedsięwzięć – długie. Wskaźnik konwersji będzie prawdopodobnie wyższy w galeriach handlowych, które wyraźnie odczuły skutki przejścia konsumentów na zakupy online i gdzie podaż jest największa. Konwersja mniejszych obiektów jest także możliwa, ale będzie występowała stosunkowo rzadko, ze względu na konkurencyjne zastosowania (np. detaliczne), wyzwania związane z daną lokalizacją oraz preferencje lokalnych społeczności.

Szacowanie możliwości konwersji obiektów handlowych w logistyczne

Według naszych szacunków, w nadchodzącej dekadzie zmiana przeznaczenia obiektów handlowych na logistyczne zaowocuje podażą od 464,5 do 929 tysięcy metrów kwadratowych powierzchni rocznie. W celu dokładnego określenia możliwości konwersji obiektów handlowych w logistyczne konieczny jest szczegółowy przegląd każdej kategorii handlu detalicznego. Nasza analiza obejmuje galerie handlowe, parki handlowe, lokalne centra handlowe, osiedlowe centra handlowe, a także małopowierzchniowe domy handlowe. Formaty te obejmują łącznie 696,8 miliona metrów kwadratowych w całych Stanach Zjednoczonych.⁴ W przypadku całkowitej przebudowy obiektów może dojść do zwiększenia współczynnika powierzchni (od ok. 25-29 procent do 30-35 procent, co oznacza wzrost o 1,1-1,2 razy). Z perspektywy czasu tendencja ta jest wciąż w powijakach i prawdopodobnie będzie pozwoliła wzrastać w miarę rozwoju działań dążących do zmiany kategorii zagospodarowania przestrzennego i uprawnień w danych obszarach pod potrzeby projektów wielkopowierzchniowych. Nasza analiza skupia się wyłącznie na rynkach, na których działa Prologis (25 kluczowych rynków w USA). Szacujemy, że w ciągu najbliższej dekady na potrzeby logistyki zostanie przekształconych od około 464,5 do 929 tysięcy metrów kwadratowych. Dane szacunkowe opierają się na ocenie dokonanej według kategorii sprzedaży detalicznej:

Pełna przebudowa galerii handlowych. Kategoria ta została najbardziej dotknięta rosnącą popularnością handlu elektronicznego i problemami sprzedawców detalicznych. Oczekujemy, że możliwości konwersji w centrach handlowych będą największe. W większości przypadków galerie handlowe klasy A i klasy B pozostają rentowne jako nieruchomości o charakterze handlowym, a kompleksowe przebudowy są mało prawdopodobne. Galerie handlowe klasy C i D stoją przed większymi wyzwaniami. Sprzedaż w tych obiektach spada poniżej poziomu 45 USD na metr, a właściciele ponoszą wysokie koszty zmiany najemców, często na

tych o mniejszej zdolności kredytowej. W takich sytuacjach istnieje możliwość dokonania pełnej przebudowy obiektu. Z około 1200 galerii handlowych w Stanach Zjednoczonych 33 % znajduje się na rynkach Prologis (40% wg powierzchni najmu netto NRA eng. Net Rentable Area) a mniej niż 25% na rynkach typu Last Touch® (20% wg powierzchni najmu netto). Spośród galerii handlowych zlokalizowanych na kluczowych 25 rynkach, klasa C i D obejmuje potencjalnie 60 obiektów, o całkowitej powierzchni 5,6 do 6 mln metrów kwadratowych. Po analizie tych obiektów można stwierdzić, że pierwszym celem ewentualnej przebudowy nie będzie wykorzystanie na potrzeby logistyki.

SZACUNKOWE WARTOŚCI KONWERSJI GALERII HANDLOWYCH (CAŁKOWITA PRZEBUDOWA)

Całkowita powierzchnia galerii handlowych wg NRA, w mln metrów kwadratowych	93,5
Udział w rynkach Prologis	40%
Udział klasy C i D	15%
Konwersja na logistykę	10-20%
Zwiększenie powierzchni	1,1-1,2x
Podaż powierzchni logistycznej, w mln metrów kwadratowych	0,6-1,4

Źródło danych dotyczących handlu detalicznego: ICSC. Współczynniki konwersji dostarczone przez Prologis. Dane dotyczące klas galerii handlowych pochodzą od Green Street Advisors i z rejestrów firm.

Szacujemy, że 10-20% galerii handlowych klasy C i D, obejmujących w sumie **około jednego miliona metrów kwadratowych (od 6 do 1,4 mln metrów kwadratowych)**, mogłyby zostać w pełni przebudowanych na potrzeby logistyki.

Przebudowa obiektów flagowych (mall anchor - obiekt z kluczowym najemcą, który dzięki swej wszechstronnej atrakcyjności ma potencjał przyciągnąć do centrum handlowego dużą grupę różnorodnych klientów). W przypadku galerii handlowych klasy A i B pojawia się możliwość przebudowy obiektów flagowych w ich wnętrzach, zajmujących typowo od 7,5 do 9,3 tys. metrów kwadratowych. Szacujemy, że wśród około 400 galerii handlowych obecnych na rynkach Prologis, w 60-110 z nich istnieją obiekty flagowe gotowe do zmiany przeznaczenia pod działalność logistyczną. Szacujemy, że co dwudziesta galeria handlowa z 200 galerii klasy A może zawierać obiekt flagowy odpowiedni do zmiany przeznaczenia pod działalność logistyczną. Potencjał ten ma co piąta galeria handlowa z 150 galerii klasy B oraz ponad połowa galerii handlowych klasy C. **Łącznie oznacza to 85 konwersji obiektów detalicznych na logistyczne i około 743 tysiące metrów kwadratowych podaży nowej powierzchni**

DANE SZACUNKOWE KONWERSJI OBIEKTÓW FLAGOWYCH

Całkowita liczba galerii handlowych	1 172
Udział w rynkach Prologis	33%
Udział klasy A i B	82%
Konwersja na logistykę	10-20%
Udział klasy C	50%
Konwersja na logistykę	15-25%
Galerie handlowe z obiektami flagowymi do przebudowy	60-110
Podaż powierzchni logistycznej, w mln metrów kwadratowych	0,6-1
(9,3 tysiąca metrów kwadratowych na obiekt flagowy)	

Źródło danych dotyczących handlu detalicznego: ICSC. Współczynniki konwersji dostarczone przez Prologis. Dane dotyczące klas galerii handlowych pochodzą od Green Street Advisors i z rejestrów firm.

(od 0,6 do 1 mln metrów kwadratowych podaży, przy założeniu jednego obiektu flagowego na galerię handlową o powierzchni 9,3 tysiąca metrów kwadratowych). Wskazana wartość szacunkowa jest najbardziej wrażliwa na założenia dotyczące galerii handlowych klasy A. Dzieje się tak ponieważ przesunięcie współczynnika konwersji obiektów flagowych na co piąte centrum handlowe (stanowiące bardzo wysoki współczynnik biorąc pod uwagę różnorodność alternatywnych zastosowań), zwiększa obszar przebudowy o zaledwie 3 mln stóp kwadratowych.

Ponowne wykorzystanie obiektów flagowych w galeriach handlowych jest ograniczone przez parametry budynków, które nie są dostosowane do potrzeb logistyki.

W porównaniu z nowoczesnymi obiektami logistycznymi, galerie handlowe klasy B i C charakteryzują się często mniejszą wysokością w świetle, nieefektywnym rozstawem słupów, ograniczoną pojemnością doków przeładunkowych i mniejszą nośnością posadzki. Wskazane specyfikacje stanowią wyzwanie i rodzą konieczność rozważenia kosztów adaptacji istniejącego obiektu. Niektórzy klienci kierując się ograniczeniami czasowymi lub potrzebą konkretnej lokalizacji mogą zdecydować się na kompromis i zadowolić specyfikacjami klasy C, jednak w dłuższej perspektywie klienci będą brać pod uwagę inwestycję w nowoczesne obiekty.

Obiekty wolnostojące w handlu detalicznym są kolejnym źródłem możliwości.

Największą kategorią w handlu detalicznym są obiekty wolnostojące. Z naszych doświadczeń wynika, że konwersja wolnostojących obiektów detalicznych będzie rzadkością, jednak nie jest to niemożliwe. Wpływa na to efekt skali, który sprawia, że kategoria ta może stać się wiodącym źródłem potencjalnej konwersji pod logistykę mimo tego, że opłacalność przedsięwzięcia notowana jest w większych obiektach (ponad 2,5-3 hektarów). Mimo różnorodności wyzwań związanych z konwersją, w tym planów zagospodarowania przestrzennego i bliskości istniejących obiektów logistycznych, projekty te nie napotykają na wiele problemów typowych dla innych form handlu detalicznego, takich jak wzajemne umowy o służebności publicznej oraz klauzule zezwalające wielu podmiotom na jednoczesne korzystanie z obiektu. Prologis skutecznie przekonwertował już wiele obiektów na potrzeby klientów na wielu rynkach, od Nowego Jorku po Los Angeles. Szacujemy, że w ciągu następnej dekady całkowita konwersja wolnostojących obiektów handlowych może wynieść około 4,2 mln metrów kwadratowych (od 2 do 6,1 mln metrów kwadratowych).

DANE SZACUNKOWE KONWERSJI WOLNOSTOJĄCYCH OBIEKTÓW HANDLOWYCH

Całkowita powierzchnia powierzchni handlowej wg NRA, w mln metrów kwadratowych	1 020
Udział w rynkach Prologis	40%
Konwersja na logistykę	0,5-1,5%
Podaż powierzchni logistycznej, w mln metrów kwadratowych	2-6,1

Źródło: raporty przedsiębiorstw. Źródło danych dotyczących handlu detalicznego: ICSC. Współczynniki konwersji dostarczone przez Prologis.

Przebudowa innych centrów handlowych będzie należeć do rzadkości. Niepokój właścicieli parków handlowych, lokalnych centrów handlowych i osiedlowych centrów handlowych jest mniejszy niż w galeriach handlowych. Na rynkach Prologis istnieje bardzo niewiele przykładów centrów handlowych będących obecnie

w prawdziwych tarapatach - tam, gdzie zajętość nie przekracza 50%. Centralna lokalizacja, plany zagospodarowania przestrzennego i preferencje mieszkańców utrudniają zmianę ich przeznaczenia na obiekty logistyczne. W przypadku parków handlowych głównym czynnikiem utrudniającym inwestycję będą wzajemne umowy o służebności publicznej. W obiektach o mniejszych formatach wyzwaniem będzie również nieregularna geometria terenu i bezpośrednia bliskość budynków mieszkalnych. We wszystkich przypadkach możliwe jest także przekształcenie obiektu handlowego w sposób alternatywny, np. w budynek mieszkalny.

Szacujemy, że z potencjalnej podaży pochodzącej z konwersji obiektów detalicznych na logistyczne średnio tylko 464,5 tysiąca metrów kwadratowych (0-930 tysiąca) będzie pochodziło z parków handlowych, średnio około 604 tysiące metrów kwadratowych (0-1,2 miliona) z lokalnych centrów handlowych i mniej niż 464,5 tysiąca metrów kwadratowych z osiedlowych centrów handlowych. Na tym tle małopowierzchniowe centra handlowe są nieodpowiednie do prowadzenia projektów logistycznych na jakkolwiek większą skalę. Łącznie szacujemy, że wymienione kategorie mogą

DANE SZACUNKOWE KONWERSJI PARKÓW HANDLOWYCH

Całkowita powierzchnia parków handlowych wg NRA, w mln metrów kwadratowych	93,8
Udział w rynkach Prologis	45%
Konwersja na logistykę	0-2%
Podaż powierzchni logistycznej, w mln metrów kwadratowych	0-0,93

DANE SZACUNKOWE KONWERSJI LOKALNYCH CENTRÓW HANDLOWYCH

Całkowita powierzchnia lokalnych centrów handlowych wg NRA, w mln metrów kwadratowych	177
Udział w rynkach Prologis	45%
Konwersja na logistykę	0,0-1,5%
Podaż powierzchni logistycznej, w mln metrów kwadratowych	0-1,2

DANE SZACUNKOWE KONWERSJI OSIEDLOWYCH CENTRÓW HANDLOWYCH

Całkowita powierzchnia osiedlowych centrów handlowych wg NRA, w mln metrów kwadratowych	213
Udział w rynkach Prologis	45%
Konwersja na logistykę	0,0-0,5%
Podaż powierzchni logistycznej, w mln metrów kwadratowych	0-0,46

Źródło: raporty przedsiębiorstw. Źródło danych dotyczących handlu detalicznego: ICSC. Współczynniki konwersji dostarczone przez Prologis.

CAŁKOWITA KONWERSJA OBIEKTÓW HANDLOWYCH NA LOGISTYCZNE

Pełna przebudowa galerii handlowej wg NRA, w mln metrów kwadratowych	0,6-1,4
Obiekty flagowe	0,56-1
Wolnostojące obiekty handlowe	2-6,1
parki handlowe	0-0,93
Lokalne centra handlowe	0-1,2
Osiedlowe centra handlowe	0-0,46
Łącznie, wartość środkowa	7,15
Średnia roczna, w następnej dekadzie	0,71

Źródło: raporty przedsiębiorstw. Źródło danych dotyczących handlu detalicznego: ICSC. Współczynniki konwersji dostarczone przez Prologis.

wygenerować w sumie 1,2 mln metrów kwadratowych konwersji z obiektu handlowego na przemysłowy.

Wnioski

Istnieją znaczne rozbieżności w możliwościach konwersji obiektów dedykowanych handlowi detalicznej, co uzależnione jest od ich kategorii.

Konwersje będą najprawdopodobniej najbardziej widoczne w sektorze galerii handlowych. Jednak jak na kategorię o zasadniczo niewielkich rozmiarach (w ujęciu ogólnym) liczba konwersji nie przełoży się na znaczącą nową podaż logistyczną (szacowanych około 1,86 mln metrów kwadratowych w ciągu następnej dekady na rynkach Prologis). Handel detaliczny działa prężnie w mniejszych obiektach, gdzie do dyspozycji parków handlowych, centrów osiedlowych i lokalnych, pozostaje łącznie 464,5 milionów metrów kwadratowych (w porównaniu z 102,2 milionów metrów kwadratowych dostępnych dla galerii handlowych). Jednak współczynnik potencjalnych konwersji wśród mniejszych kategorii będzie prawdopodobnie niższy. Szacujemy, że w ciągu najbliższej dekady konwersje z obiektów handlowych na logistyczne zapewnią 7,1 mln metrów kwadratowych, czyli 0,74 mln metrów kwadratowych rocznie. Szacując ostrożnie, przedział ufności określamy na 4,6-9,3 mln metrów kwadratowych i 464,5 - 930 tysięcy metrów kwadratowych rocznie.

Zmiana przeznaczenia z handlu detalicznego na logistykę zajmie dużo czasu.

Nawet przy pełnej zgodności strategii i warunków gospodarczych konwersje nie nastąpią szybko. Liczba konwersji będzie jednak rosła wraz z upływem czasu. W krótkim terminie przeszkodą będą istniejące umowy, uwzględniające wzajemne umowy o służebności oraz klauzule zezwalające wielu podmiotom na jednoczesne korzystanie z obiektu. Dalsze komplikacje i opóźnienia mogą być spowodowane przez złożony kapitał, dłużników, a także przez kwestie związane z uzyskiwaniem zezwoleń i zgód.

Patrząc z perspektywy tradycyjnych wskaźników logistycznych, trend konwersji obiektów handlu detalicznego na logistyczne będzie prawdopodobnie niewielki:

- Na rynkach Prologis w Stanach Zjednoczonych znajduje się 139,3 - 185,8 milionów metrów kwadratowych obiektów typu „Last Touch”®. Szacujemy, że **konwersje obiektów handlowych zapewnią 5 procent łącznej powierzchni** w tej kategorii (lub zaledwie 0,5 procent rocznego wzrostu przewidywanego w następnej dekadzie).
- Biorąc pod uwagę 929 milionów metrów kwadratowych całkowitych zasobów logistycznych na rynkach Prologis w Stanach Zjednoczonych, szacujemy, że **konwersje obiektów handlowych będą stanowić udział wynoszący 0,75 procent dostępnych zasobów w ciągu następnej dekady.**
- Na rynkach Prologis w Stanach Zjednoczonych powstaje około 23,2 - 24,1 mln metrów kwadratowych powierzchni rocznie. Szacujemy zatem, że **konwersje obiektów handlu detalicznego wyniosą mniej niż 3 procent (2,9 procent) rocznego przyrostu powierzchni logistycznej w najbliższej dekadzie.**
- Szacujemy, że przy wzroście popytu na przestrzeń logistyczną w związku z COVID-19 nawet o 69,7 mln metrów kwadratowych, **konwersje obiektów handlu detalicznego będą stanowić zaledwie 5 procent łącznej powierzchni logistycznej potrzebnej do jego zaspokojenia. Jak wskazywaliśmy w poprzednich raportach, wzrost popytu wynikać będzie z potrzeby zwiększenia stanów magazynowych (w celu wzmocnienia łańcucha dostaw) i rosnącej popularności handlu elektronicznego.**⁵

Przypisy końcowe

1. Euromonitor, Prologis Research
2. Prologis Research, publiczne raporty firm
3. Euromonitor, Prologis Research
4. ICSC
5. <https://www.prologis.com/logistics-industry-research/covid-19-special-report-5-supply-chain-shifts-poised-generate>

Zastrzeżenia prawne

Niniejszy materiał nie powinien być interpretowany jako oferta sprzedaży lub zachęta do złożenia oferty zakupu jakiegokolwiek zabezpieczenia. W oparciu o niniejszy materiał nie zabiegamy o żadne działania. Jest on przeznaczony dla ogólnych celów informacyjnych na rzecz klientów Prologis.

Niniejszy raport bazuje częściowo na informacjach publicznych, które uważamy za wiarygodne, ale nie uważamy, że są one dokładne lub kompletne, i nie powinny być traktowane jako takie. Nie składamy żadnych oświadczeń dotyczących dokładności lub kompletności informacji w niniejszym dokumencie. Opinie wyrażone są naszymi opiniami aktualnymi wyłącznie na moment pojawienia się w niniejszym raporcie. Firma Prologis zrzeka się wszelkiej odpowiedzialności związanej z niniejszym raportem, w tym między innymi, bez ograniczeń, w zakresie wszelkich wyraźnych lub domniemyanych oświadczeń lub gwarancji dotyczących zawartych w niniejszym raporcie stwierdzeń, błędów lub zaniechań.

Wszelkie szacunki, przewidywania lub prognozy przedstawione w niniejszym raporcie mają być oświadczeniami wybiegającymi w przyszłość. Chociaż uważamy, że oczekiwania zawarte w takich stwierdzeniach odnośnie do przyszłości są uzasadnione nie możemy zagwarantować, że wszelkie takie stwierdzenia okażą się prawidłowe. Takie oszacowania podlegają faktycznemu, znanemu i nieznanemu ryzyku, niepewności i innym czynnikom, które mogłyby spowodować, że rzeczywiste wyniki będą się znacznie różnić od przewidywanych. Takie wypowiedzi prognozujące są aktualne tylko na dzień sporządzenia niniejszego raportu. Wyraźnie odrzucamy wszelkie zobowiązania do aktualizacji lub przeglądu wszelkich oświadczeń dotyczących przyszłości, które są zawarte w niniejszym dokumencie, aby odzwierciedlić wszelkie zmiany w naszych oczekiwaniach lub jakiegokolwiek zmiany okoliczności, na których opiera się takie oświadczenie.

Zabrania się (i) kopiowania, kserowania lub powielania w jakiegokolwiek formie w jakikolwiek sposób lub (ii) redystrybuowania jakiegokolwiek części niniejszego raportu bez uprzedniej pisemnej zgody Prologis.

O Dziale Badań Prologis

Dział Badań Prologis bada podstawowe trendy inwestycyjne i potrzeby klientów firmy Prologis, aby pomóc w określeniu możliwości i uniknięciu ryzyka w krajach na czterech kontynentach. Zespół wnosi wkład w podejmowanie decyzji inwestycyjnych i długofalowych inicjatyw strategicznych, a także publikuje białe księgi i inne raporty badawcze. Prologis publikuje badania dotyczące dynamiki rynku wpływające na działalność klientów Prologis, w tym na temat globalnych problemów z łańcuchem dostaw i zmian w branży logistycznej i nieruchomości. Specjalny zespół badawczo-rozwojowy Prologis współpracuje ze wszystkimi działami firmy, aby pomóc firmie Prologis przy wejściu na rynek, ekspansji, przejęciach i sporządzaniu strategii rozwoju.

O Prologis

Prologis, Inc. jest światowym liderem na rynku nieruchomości logistycznych skoncentrowanym na dynamicznie rozwijających się rynkach z wysokimi barierami wejścia. Prologis jest właścicielem lub inwestorem, w ujęciu skonsolidowanym lub poprzez nieskonsolidowane spółki joint venture, nieruchomości i projektów deweloperskich o oczekiwanej łącznej powierzchni 963 mln stóp kwadratowych (89 mln metrów kwadratowych) w 19 krajach (stan na dzień 30 czerwca 2020 r.).

Prologis wynajmuje nowoczesne obiekty dystrybucyjne ponad 5 500 różnym klientom obejmującym dwie główne kategorie: B2B oraz handel detaliczny/usługi e-fulfillment.