

Korzystne prognozy dla sektora nieruchomości handlowych

Rynek nieruchomości komercyjnych, podobnie jak wiele innych dziedzin gospodarki, przechodzi korektę spowodowaną przez pandemię. Zmiany są również widoczne w sektorze nieruchomości handlowych. Rosnące w siłę parki handlowe i centra typu convenience, dobry czas dla dyskontów, duże galerie handlowe rejestrujące wzrosty poziomu odwiedzalności i niezłe prognozy ekonomiczne; to główne zjawiska zaobserwowane w trzecim kwartale roku. Analizę sektora nieruchomości handlowych przygotowali eksperci firmy doradczej BNP Paribas Real Estate.

Rosnąca różnorodność formatów handlowych

Pod koniec września łączne zasoby powierzchni handlowej zbliżyły się do poziomu 15,3 mln m kw. Trzeci kwartał przyniósł otwarcia 10 nowych projektów, z czego ponad połowa swoją powierzchnią nie przekraczała 10 tys. m kw. Największymi debiutami był: start warszawskiej Fabryki Norblina, w której architekci na lokale z funkcją handlową, usługową, gastronomiczną, rozrywkową i kulturalną przeznaczyci około 26 tys. m kw. oraz otwarcie w Bydgoszczy sklepu Leroy Merlin o powierzchni 11 tys. m kw. Market przy Rondzie Toruńskim zajął miejsce dawnego sklepu Tesco i jest dziś drugim adresem francuskiej sieci DIY w mieście, a zarazem 70 lokalizacją w kraju. Pod koniec sierpnia mieszkańcy Bydgoszczy i okolic zyskali też pierwszy sklep pod szyldem meblowej sieci Agata Meble. Mieści się on nieopodal Centrum Handlowego Auchan.

– *Bardzo szybko przekonaliśmy się do formatu małych obiektów handlowych. Polubiliśmy je, bo są blisko domów, mają wygodny parking i wejścia z zewnątrz, dostępne z parkingu. Ponadto znajdziemy w nich wszystkie najpotrzebniejsze rzeczy, a same zakupy robi się w nich wyjątkowo sprawnie i komfortowo. Pomimo wydłużającego się czasu na przygotowanie projektów, wzrost kosztów budowy i trudności z dostępnością materiałów i profesjonalnych usług budowlanych, ten rok może okazać się rekordowy dla tego formatu pod względem nowej powierzchni dostarczonej na rynek* – komentuje Natasa Mika, Dyrektor z Działu Wynajmu Powierzchni Handlowych, BNP Paribas Real Estate.

W minionym kwartale już szósty w 2021 roku park handlowy otworzył Trei Real Estate Poland. Vendo Park, o powierzchni 5 tys. m kw. ze sklepem sieci Lidl jako operatorem spożywczym,



zagospodarował działkę po dworcu PKS w Inowrocławiu. Również Lidl został jednym z głównych najemców parku, który w pierwszej połowie września wystartował w Limanowej.

– Kolejny kwartał pokazuje, że retail parki najlepiej radzą sobie podczas pandemii koronawirusa. Łatwiej w nich zarządzać ryzykami związanym z potencjalnymi restrykcjami, a poza tym, doskonale wpisują się w nowe zwyczaje zakupowe które, choć zaczęły się kształtować wcześniej, zostały wzmocnione pandemią. To sprawia, że centra convenience i parki handlowe rosną i będą rosły, a powierzchnie w budowie w tym formacie z planowanym terminem zakończenia do 2022 r. jest obecnie około 218 tys. m kw. – dodaje Natasa.

Głównymi rozgrywającymi w tym segmencie w ostatnim czasie są deweloperzy TUF RE i Trei Real Estate Poland. Pierwszy szykuje dostarczenie na rynek pięć kolejnych Pasaży Handlowych. Drugi do końca roku zamierza pobić rekord otwarć nowych obiektów, który dotychczas wynosił siedem w ciągu roku. Największymi obiektami na placach budów w trzecim kwartale w segmencie parków handlowych były: Galeria Andrychów (24 tys. m kw.), Pasaż Kępiński (11 tys. m kw.) i Park Handlowy Ustroń (10 tys. m kw.).

Czynsze nie bez znaczenia

Silnym magnesem przyciągającym najemców do parków handlowych są atrakcyjne, i co istotne, stabilne stawki czynszów -nieporównywalnie niższe od tych notowanych w centrach handlowych. Niższe opłaty wynikają nie tylko z peryferyjnych lokalizacji, braku przestrzeni wspólnych czy prostego, parterowego układu, ale też z niższych wydatków na marketing i promocję. Czynsze w najlepiej prosperujących obiektach w trzecim kwartale kształtowały się na poziomie od 8 do 12 EUR/m kw./miesiąc, przy wysokości opłat eksploatacyjnych w granicach 1,5-2 EUR/m kw./miesiąc.

– Innym argumentem pomagającym najemcom podjąć decyzję o wejściu do mniejszego formatu, są znacznie niższe koszty aranżacji sklepu. W perspektywie znaczących wzrostów cen materiałów budowlanych i kosztów prac aranżacyjnych, wydają się być bardzo atrakcyjną zachętą i kolejnym powodem, dla którego obecnością w takich lokalizacjach interesują się marki, które dotychczas rozwijały się w oparciu o duże centra – podkreśla Fabrice Paumelle, Dyrektor Działu Wynajmu Powierzchni Handlowych, BNP Paribas Real Estate.

Czas na dyskonty, czas na mixed-use

Cały rok 2021, podobnie jak poprzednie 12 miesięcy, to czas intensywnego rozwoju sieci dyskontowych. Autorzy raportu zwracają uwagę, że 3 na 4 Polaków po codzienne zakupy spożywcze kieruje się do dyskontu. Dużym atutem marek dyskontowych, szczególnie tych niespożywczych, jest szybkość adaptacji do zmieniających się oczekiwań konsumentów.

Przykładem może być marka Sinsay, która na wzór dyskontów zmieniała, powiększyła i dostosowała ofertę do klientów z mniejszym portfelem.

Trzeci kwartał pokazał, że pandemia nie pokrzyżowała szyków deweloperom realizującym i planującym projekty o charakterze mixed-use. Po wakacjach na warszawską Wolę powróciła zrewitalizowana Fabryka Norblina, oferując odwiedzającym wiele nowych funkcji. W trzecim kwartale nowy koncept, rozbudowujący jednokondygnacyjne parki o mieszkania, pokazał Immofinanz, Atrium European Real Estate, poinformowało o planach przebudowy trzech centrów handlowych w Warszawie i poszerzenie ich o zabudowę mieszkaniową

O BNP Paribas Real Estate

BNP Paribas Real Estate jest jedną z wiodących międzynarodowych firm doradczych w zakresie nieruchomości. Oferuje swoim klientom kompleksowy zakres usług obejmujący cały cykl życia nieruchomości: inwestycje budowlane, transakcje, doradztwo, wyceny, zarządzanie nieruchomościami oraz zarządzanie inwestycjami. Zatrudniająca 5400 pracowników, BNP Paribas Real Estate wspiera inwestorów instytucjonalnych, najemców/wynajmujących, deweloperów, sektor publiczny oraz inwestorów prywatnych dzięki doskonałej znajomości lokalnych rynków w 32 krajach (poprzez swoje oddziały i firmy partnerskie) w Europie, na Bliskim Wschodzie i w Azji. BNP Paribas Real Estate, jako część grupy BNP Paribas, wygenerowało w 2019 roku przychody na poziomie 1,01 bln €.

Śledź nas na     

Więcej informacji: www.realestate.bnpparibas.pl

Twitter: @BNPPRE_PL

Real Estate for a changing world

Kontakt dla mediów :

JUSTYNA MAGRZYK-FLEMMING – Head of Marketing & PR Central Eastern Europe

Tel: +48 22 653 44 00 Mobile: +48 511 155 274 E-mail: justyna.magrzyk-flemming@realestate.bnpparibas