

AT A GLANCE

IV kw. 2021

RYNEK NOWOCZESNEGO HANDLU* W POLSCE

Kluczowe fakty 2021 r.

- Szybki powrót klientów do obiektów handlowych po lockdownach
- Parki handlowe i centra typu convenience receptą na pandemię
- E-commerce na stabilnej ścieżce dalszego rozwoju
- Wyjście Tesco furtką dla re-modelingu nieruchomości
- Walka o klimat czyli zrównoważony rozwój i trend „zero waste”




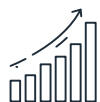

TOP 3 OTWARCIA

1. Galeria Andrychów (23 260 m², Acteeum/Equilis)
2. S1 Center Lipnik (15 200 m², Saller)
3. Leroy Merlin Łódź – obiekt po Tesco (15 000 m², Leroy Merlin)

TOP 3 W BUDOWIE

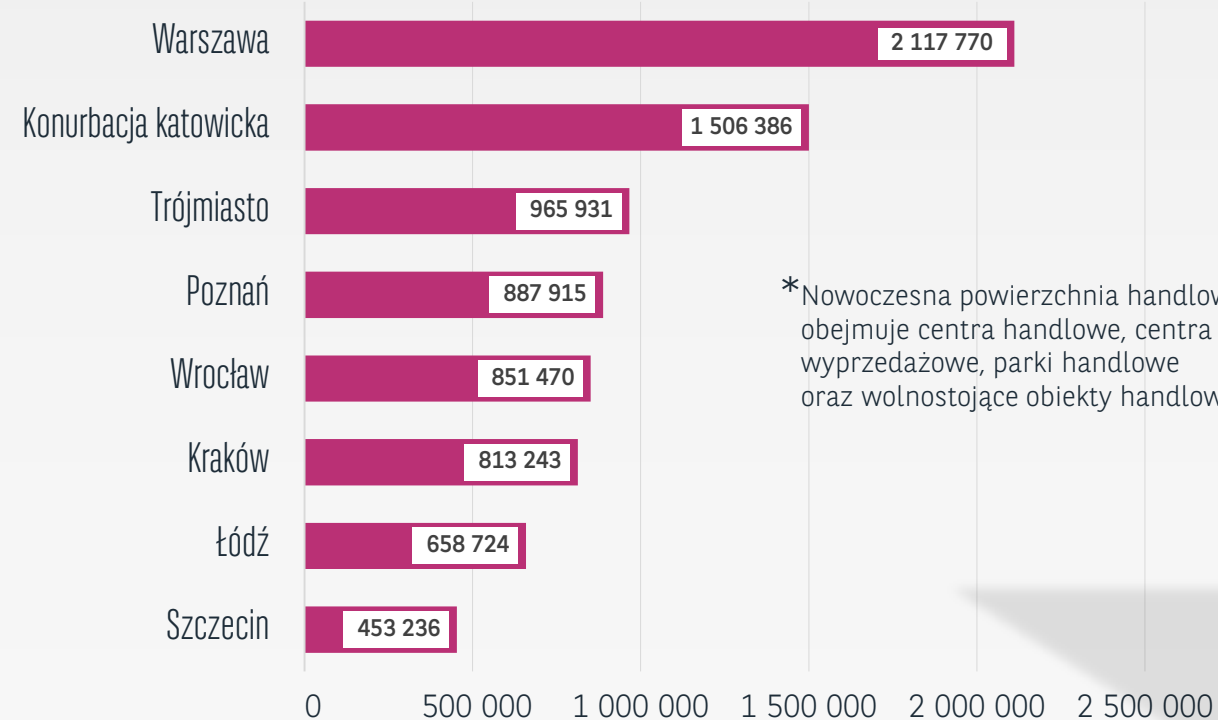
1. Karuzela Kołobrzeg (30 000 m², Karuzela Holding, IV kw. 2022 r.)
2. Leroy Merlin Połczyńska Warszawa – obiekt po Tesco (30 000 m², Leroy Merlin, I kw. 2022 r.)
3. Galeria Bawełnianka (23 000 m², Gbb Invest, III kw. 2022 r.)

Prognozy ekonomiczne na 2022 r.

		Trend	Zmiana r/r
	PKB	4,5%	↓
	Stopa bezrobocia	5,3%	↓
	Konsumpcja prywatna	5,0%	↓
	Wynagrodzenia w przedsiębiorstwach	7,6%	↑
	Inflacja (CPI)	8,5%	↑

Źródło: BNP Paribas, stan na grudzień 2021 r., średnio w kwartale (% 2021/2022 r.)

Nowoczesna powierzchnia handlowa* w głównych aglomeracjach



*Nowoczesna powierzchnia handlowa obejmuje centra handlowe, centra wyprzedażowe, parki handlowe oraz wolnostojące obiekty handlowe.

Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland



KLUCZOWE DANE

ponad **15,4 mln m²**
ISTNIEJĄCA POWIERZCHNIA
HANDLOWA

93%
ŚR. ODWIEDZALNOŚĆ
CENTRÓW HANDLOWYCH

(PRCH: grudzień 2021 r., w odniesieniu do analogicznego tygodnia w 2019 r., poniedziałek-niedziela)

9,2%
ŚREDNIOROCZNY UDZIAŁ
SPRZEDAŻY PRZEZ INTERNET
W SPRZEDAŻY DETALICZNEJ

(GUS: grudzień 2021 r.)

165 tys. m²
NOWA PODAŻ
IV kw. 2021

290 tys. m²
POWIERZCHNIA HANDLOWA
W BUDOWIE

(z terminem oddania do końca 2022 r.)

” Rynek handlowy zdał egzamin w 2021 roku

Optymistycznym zjawiskiem, które obserwowaliśmy w 2021 r. był szybki powrót klientów do obiektów handlowych. Klienci powracający do centrów handlowych po okresach „lockdownów”, wprawdzie rzadziej je odwiedzali, ale za to ich koszyk zakupowy był większy. Oznacza to, że konsumenci szli z zamiarem zrobienia konkretnych zakupów, a nie tylko spędzenia tam wolnego czasu. Niemniej, kondycja centrów handlowych, zwłaszcza tych największych, okazała się całkiem niezła. Jednak zdecydowanym wygranym w czasach pandemii jest segment parków handlowych, którego rozwój w tym okresie mocno przyspieszył. Od początku pandemii obiekty tego typu notują wyższą odwiedzalność niż centra handlowe, średnio o kilkanaście punktów procentowych. Z racji tego, że długoterminowe skutki pandemii są wciąż nieznane, rośnie znaczenie mniejszych centrów typu „convenience” i parków handlowych. Zainteresowanie konsumentów oraz duża liczba obiektów w budowie lub na zaawansowanym etapie planowania potwierdza ten trend, który z kolei przekłada się na zainteresowanie inwestorów. Obecnie w budowie jest ponad 170 000 m kw. parków handlowych, z czego ponad 70% planowane jest na 2022 r.

Komentarz eksperta



Klaudia Okoń

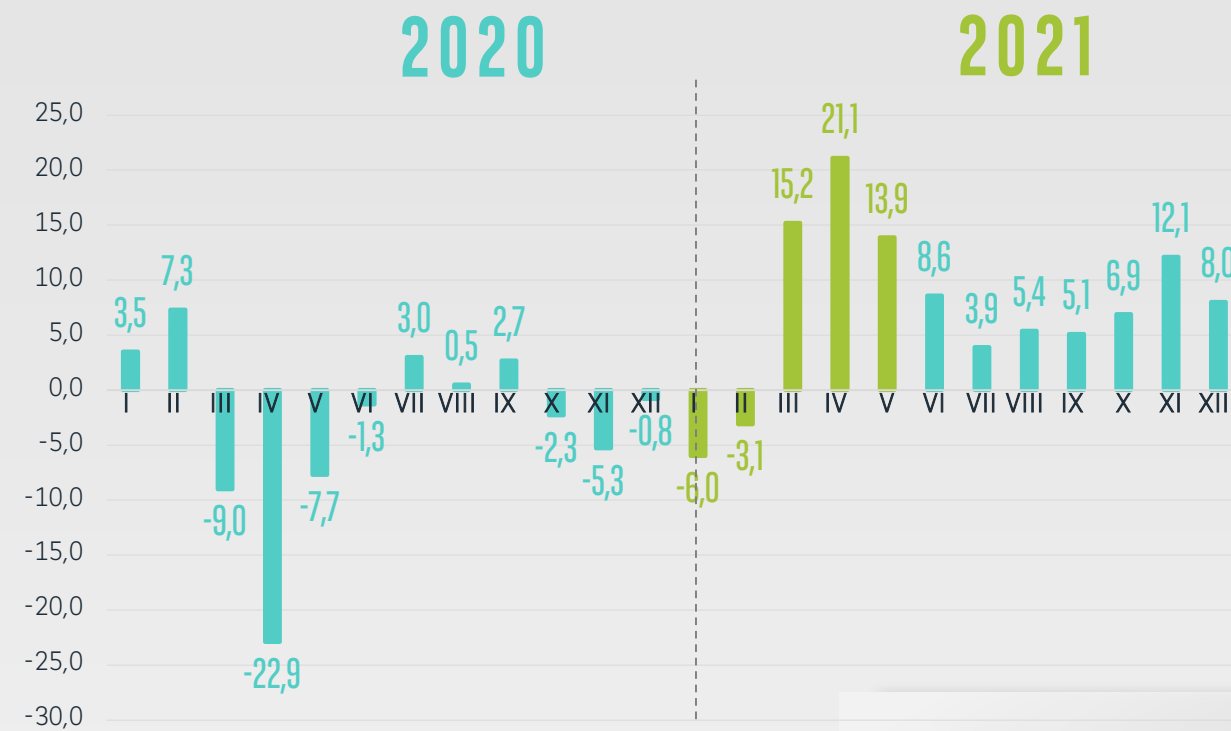
Konsultant,
Dział Business Intelligence Hub & Consultancy

Hasło „zero waste” czy dawanie drugiego życia produktom coraz śmielej wkracza do Polski. To nie tylko second-handy nowej generacji pojawiające się w centrach handlowych (np. sieć Vive Premium), to także IKEA, która prowadzi wypożyczalnię mebli. Marka CCC rozszerza swoją akcję „Daj swoim butom drugie życie”, w ramach której klienci CCC mają możliwość przekazania używanej pary obuwia dowolnej marki. Firma zadba, aby wszystkie buty zostały zagospodarowane w odpowiedzialny sposób. Część z nich, po dezynfekcji i drobnych naprawach, trafi do potrzebujących, reszta zostanie bezpiecznie zutylizowana. Decathlon z kolei wprowadził w swoich sklepach concept – 2nd Life polegający na sprzedaży produktów, którym dano drugie życie.

Sprzedaż detaliczna

zmiana % r/r, 2020/2019
i 2021/2020, w cenach stałych

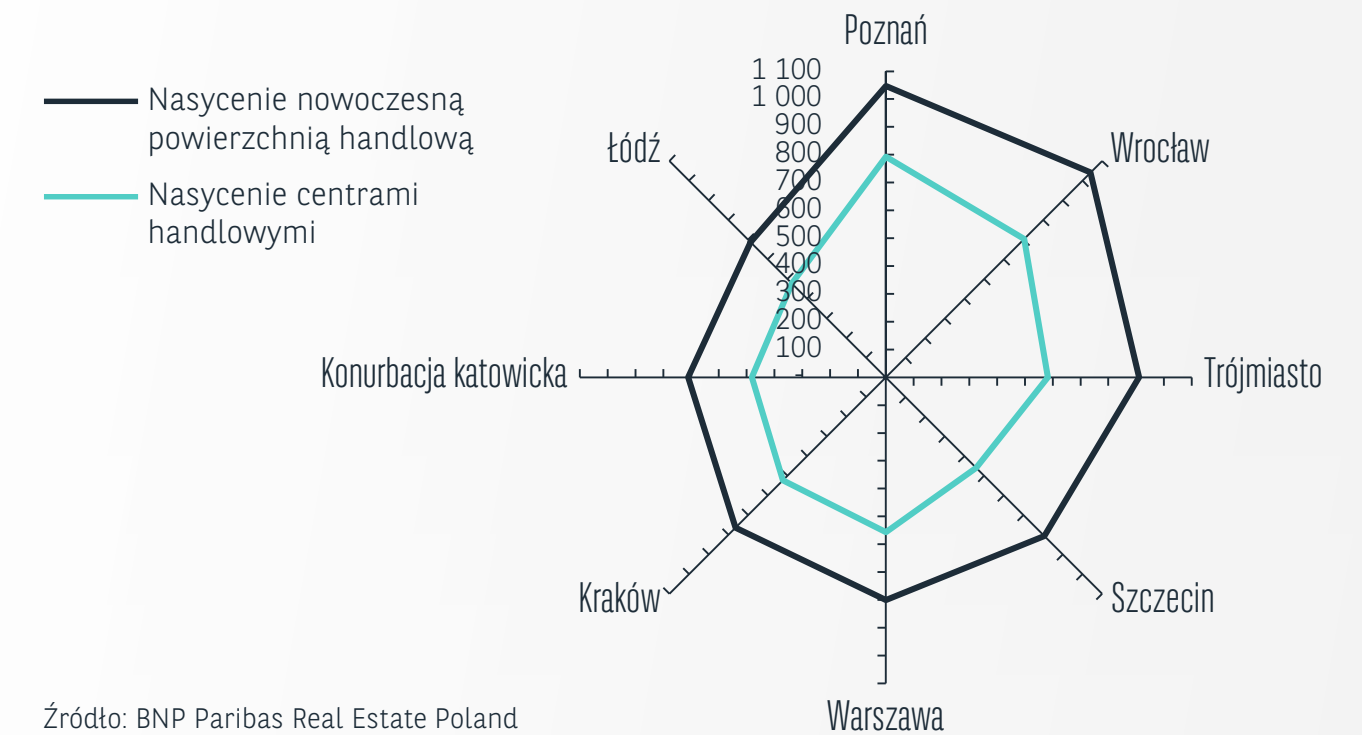
AT A GLANCE IV kw. 2021



Źródło: GUS

Nasylenie powierzchnią handlową w głównych aglomeracjach

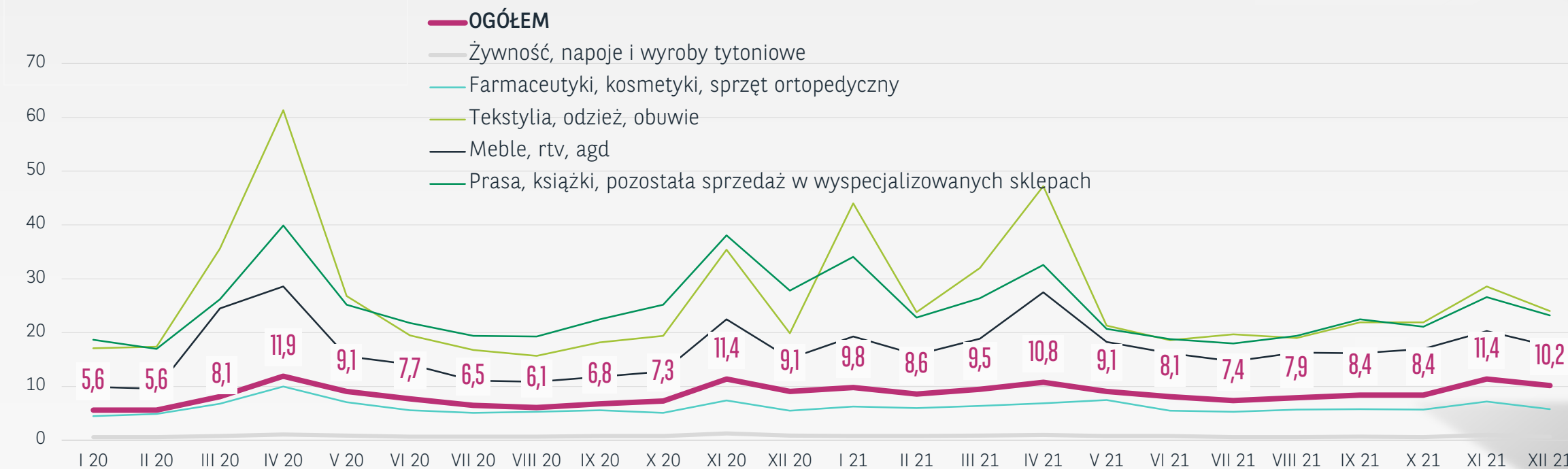
(m² powierzchni najmu / 1000 mieszkańców)



” Od dłuższego czasu, najwyższe wskaźniki nasycenia nowoczesną powierzchnią handlową obserwuje się w aglomeracjach poznańskiej i wrocławskiej, gdzie kształtują się one odpowiednio na poziomie 1047 m kw. i 1041 m kw./1000 mieszkańców, najniższe natomiast w konurbacji katowickiej i łódzkiej (odpowiednio 711 m kw. i 687m kw./1000 mieszkańców).

Udział sprzedaży przez internet w sprzedaży detalicznej

(w %; ceny bieżące, 2020-2021)



Źródło: GUS

Dyskonty liderem w wyścigu o konsumenta

Przyczyną zmian w zachowaniach zakupowych polskich gospodarstw domowych – oprócz zwiększającej się liczby zachorowań na COVID-19 – jest obecnie również galopująca inflacja. Ponad 70% ankietowanych klientów deklaruje, że zakupy spożywcze robi właśnie w dyskontach. Deweloperzy parków handlowych i centrów typu „convenience” już jakiś czas temu dostrzegli korzyści płynące z posiadania dyskontu na liście najemców swoich obiektów. Mniejsze parki handlowe nastawione są na lokalnych klientów, którzy odwiedzają je regularnie, dlatego w większości z nich głównymi najemcami są dyskonty spożywcze lub niespożywcze (stanowią one tzw. anchor tenant). Trend ten dotyczy zarówno parków handlowych w głównych miastach, jak i obiektów w mniejszych miejscowościach. Sieci dyskontowe coraz częściej wchodzi także do galerii handlowych, których właściciele jeszcze kilka lat temu niechętnie decydowali się na wprowadzanie marek ekonomicznych do swoich obiektów, dziś dostrzegają w nich dodatkowy czynnik przyciągający klientów.

Komentarz eksperta



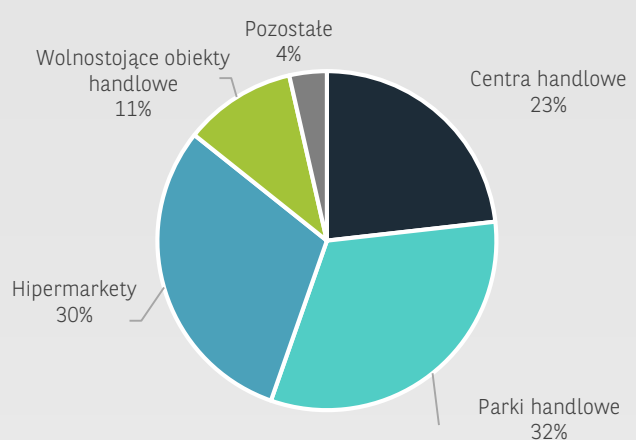
Anna Pływacz

Zastępca Dyrektora
Departament Wynajmu Powierzchni Handlowych

Decyzja niektórych marek o wyjściu z polskiego rynku (np. Tesco), stworzyła przestrzeń do przejęcia dobrze zlokalizowanych nieruchomości i dostosowania ich do dzisiejszych potrzeb klientów. W ciągu ostatnich 24 miesięcy ponad 30 sklepów Tesco zmieniło właściciela, i tak rozpoczęła się nowa podróż w kierunku przebudowy, rozbudowy, a nawet zmiany funkcji. Jako że spełnianie wymogów ESG staje się czynnikiem decydującym o powodzeniu biznesowych inwestycji, koncepcja podarowania nieruchomości drugiego życia poprzez re-modeling, poprawę jakości czy repozycjonowanie przy jednoczesnym wykorzystaniu istniejących struktur, potwierdza podejście zrównoważonego rozwoju przyjęte przez sektor nieruchomości handlowych.

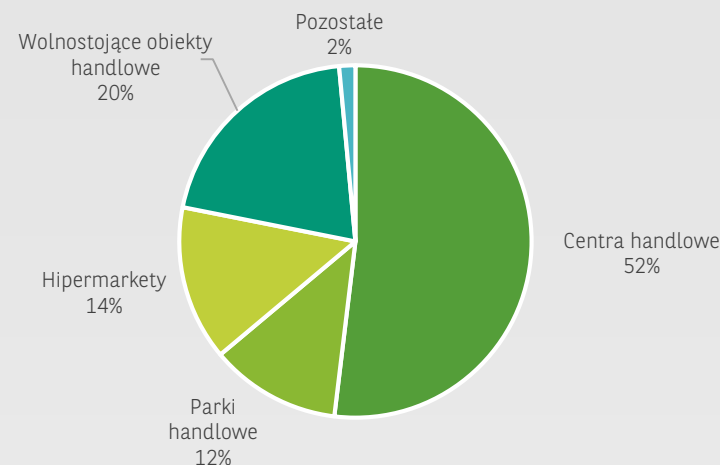
Rynek inwestycyjny w sektorze handlowym w 2021 r.

% udział liczby transakcji według formatów w całkowitym wolumenie 2021 r.



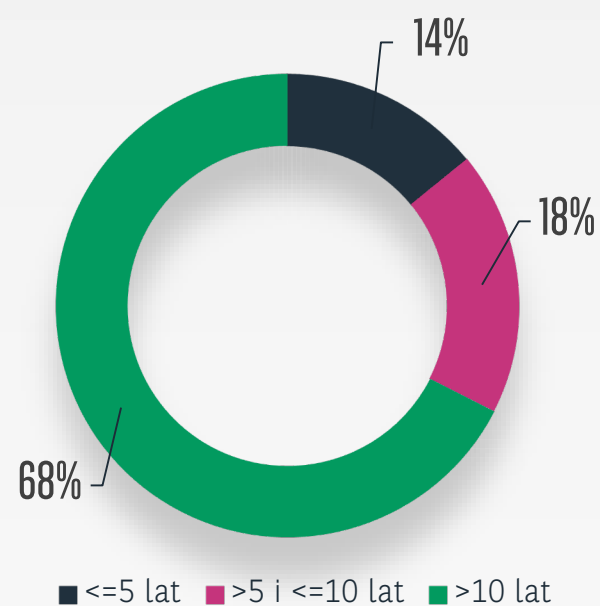
Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

% udział wartości transakcji według formatów w całkowitym wolumenie 2021 r.



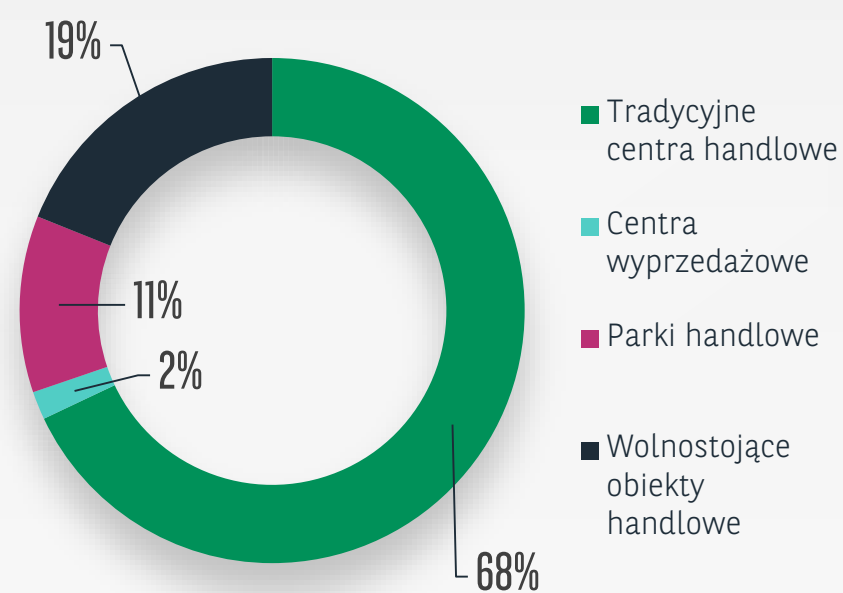
Pomimo pandemii, inwestorzy cały czas są zainteresowani zakupem nowych projektów handlowych w Polsce. Rośnie zainteresowanie obiektami handlowymi, zwłaszcza sklepami typu convenience, supermarketami oraz wolnostojącymi obiektami handlowymi. Całkowity wolumen 2021 r. sięga blisko 900 mln EUR, co oznacza wzrost wolumenu o 37% w stosunku do 2020 roku. Najwięcej transakcji – 35% dotyczyło segmentu retail parków, a 29% objęło sektor hipermarketów starszej generacji, z czego 80% to sprzedaże nieruchomości TESCO.

Podział nowoczesnej powierzchni handlowej według wieku



Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

Podział nowoczesnej powierzchni handlowej według formatów



Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

„ W ostatnich miesiącach już kilkadziesiąt sieci handlowych (np. Jula, Smyk, Carrefour, Leroy Merlin) podpisało umowy z firmami kurierskimi, aby wykorzystać możliwości, jakie dają przepisy o ograniczeniu handlu w niedzielę

„ Tesco definitywnie zakończyło działalność operacyjną w Polsce.

„ Grupa Żabka zapowiada wejście na rynek q-commerce.

„ AliExpress otwiera pierwsze samodzielne centrum logistyczne w Polsce.

„ Amazon wprowadził w Polsce usługę Amazon Prime.

AT A GLANCE

IV kw. 2021

AUTOR

Klaudia Okoń
Konsultant,
Dział Business Intelligence Hub & Consultancy
klaudia.okon@realestate.bnpparibas

KONTAKTY

Fabrice Paumelle
Dyrektor Działu Powierzchni Handlowych
fabrice.paumelle@realestate.bnpparibas

Natasa Mika
Dyrektor Działu Wynajmu Powierzchni Handlowych
natasa.mika@realestate.bnpparibas

Anna Pływacz
Zastępca Dyrektora
Dział Wynajmu Powierzchni Handlowych
anna.plywacz@realestate.bnpparibas

Mateusz Skubiszewski, MRICS
Dyrektor Działu Rynki Kapitałowe Polska
mateusz.skubiszewski@realestate.bnpparibas

Małgorzata Fibakiewicz
Dyrektor Działu Business Intelligence Hub & Consultancy
malgorzata.fibakiewicz@realestate.bnpparibas



All rights reserved. At a Glance is protected in its entirety by copyright. No part of this publication may be reproduced, translated, transmitted, or stored in a retrieval system in any form or by any means, without the prior permission in writing of BNP Paribas Real Estate.

KEEP UP-TO-DATE WITH
BNP PARIBAS REAL ESTATE'S NEWS,
WHEREVER YOU ARE



www.realestate.bnpparibas.com
#BEYONDBUILDINGS

Erik Drukker
Prezes Zarządu
erik.drukker@realestate.bnpparibas

Michał Pszkit
Dyrektor Działu Zarządzania
Nieruchomościami
Członek Zarządu
michal.pszkit@realestate.bnpparibas

Izabela Mucha, MRICS
Dyrektor Działu Wycen
izabela.mucha@realestate.bnpparibas

BNP Paribas Real Estate Poland Sp. z o.o.
ul. Grzybowska 78,
00-844 Warszawa
Tel. +48 22 653 44 00
www.realestate.bnpparibas.pl