

AT A GLANCE

II kw. 2023

RYNEK NOWOCZESNEGO HANDLU* W POLSCE

Kluczowe informacje II kw. 2023 r.

- Dobra połowa roku na rynku handlowym
- Rośnie odwiedzalność i obroty centrów handlowych
- Generacja „Silver” zdobywa rynek
- Firmy z krajów bałtyckich oraz z Ukrainy debiutują na rynku handlowym w Polsce
- Parki handlowe nadal dominują w nowej podaży





TOP 3 OTWARCIA II kw.

1. Galeria Bawełniana, Bełchatów (21 700 m², Gbb Invest)
2. Węglin Retail Park, Lublin (10 600 m², Interbud)
3. S1 Dzierżoniów (8100 m², Saller)

TOP 3 W BUDOWIE

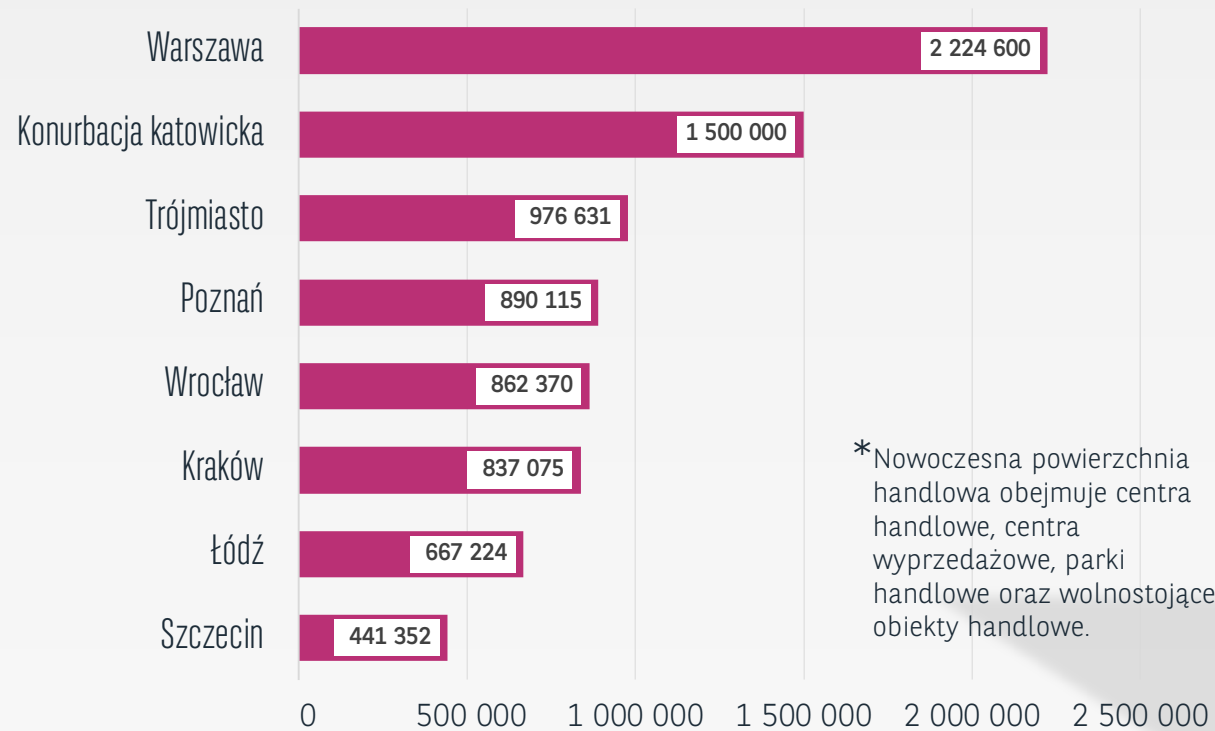
1. Nowa Sukcesja – przebudowa (46 000 m², Amush Investment Group, II kw. 2024 r.)
2. Koszalin Power Center (38 000 m², Karuzela Holding, I kw. 2024 r.)
3. Karuzela Biała Podlaska (24 000 m², Karuzela Holding, III kw. 2023 r.)

Prognozy ekonomiczne na 2024 r.

			Trend	Zmiana r/r
	PKB	3,0%	↑	↑
	Stopa bezrobocia	5,6%	↓	↓
	Konsumpcja prywatna	0,0%	↑	↑
	Wynagrodzenia w przedsiębiorstwach	12,5%	↓	↓
	Inflacja (CPI)	12,0%	↓	↓

Źródło: GUS, NBP, Eurostat, BNP Paribas, stan na czerwiec 2023 r., średnio w kwartale (% r/ 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



+2,6%
ŚR. ODWIEDZALNOŚĆ
CENTRÓW HANDLOWYCH
(PRCH: kwiecień 2023 r. do kwietnia 2022 r.)

8,5%
UDZIAŁ SPRZEDAŻY PRZEZ
INTERNET W SPRZEDAŻY
DETALICZNEJ
(GUS: maj 2023 r.)

ok. 15,9 mln m²
ISTNIEJĄCA POWIERZCHNIA
HANDLOWA

66 tys. m²
NOWA PODAŻ II kw. 2023

290 tys. m²
NOWA POWIERZCHNIA
W BUDOWIE (z terminem oddania do końca 2024 r.)

150 tys. m²
ZMIANA FORMATU & ROZBUDOWY
(z terminem oddania do końca 2024 r.)

Rynek handlowy w Polsce ma za sobą dobrą połowę roku. W II kwartale przybyło ponad 66 tys. m kw. powierzchni handlowej, a od początku roku ok. 150 tys. m kw. Nowe otwarcia to głównie parki handlowe, a w okresie kwiecień-czerwiec otwarto tylko jedno centrum handlowe. Galeria Bawełniana w Bełchatowie została otwarta po prawie 10 latach od momentu rozpoczęcia budowy. Z danych GUS wynika, że sprzedaż detaliczna w maju 2023 r. (w cenach satłych) była niższa niż przed rokiem o 6,8%, a w porównaniu z kwietniem odnotowano spadek sprzedaży detalicznej o 1%. Oznacza to, że II kwartał 2023 r. był trzecim z rzędu kwartałem ze spadkiem konsumpcji. Z drugiej strony jak pokazują dane PRCH obroty najemców centrów handlowych (w cenach bieżących) były w kwietniu 2023 r. wyższe o 9% (r/d/r). Według danych PRCH obroty wzrosły we wszystkich kategoriach obiektów handlowych. W podziale na kategorie, najlepsze wyniki w kwietniu r/d/r, ze wzrostem o 30%, osiągnęły usługi, następnie gastronomia – o 17,8%, oraz moda – wzrost o 10,2% w stosunku do kwietnia 2022 r. Mimo to rynek handlowy w kraju nie przestaje się rozwijać. Uwaga deweloperów w dalszym ciągu koncentruje się na parkach handlowych w mniejszych miastach. Jednocześnie rozwija się segment obiektów wielofunkcyjnych, w których zakupy pełnią rolę uzupełniającą, wpisujących się w koncepcję 15-minutowego miasta. Trendem jest łączenie historycznej, zrewitalizowanej przestrzeni z nową tkanką miejską.

Komentarz eksperta



Klaudia Okoń

Starsza Konsultantka,
Dział Business Intelligence Hub & Consultancy

Pomimo nieprzewidywanych wyzwań z którymi mieliśmy do czynienia w ostatnich latach (pandemia COVID-19, wojna w Ukrainie), polski rynek handlowy notuje kolejne wzrosty.

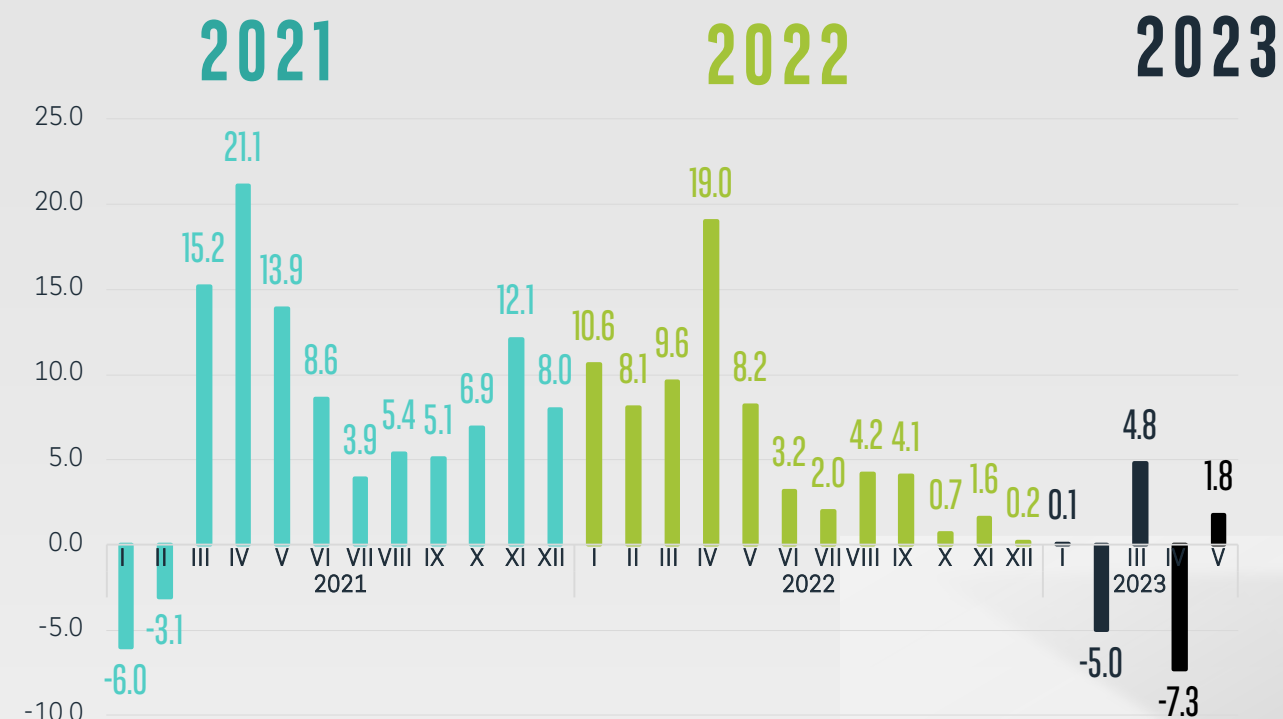
Od początku 2023 r. najpopularniejszym segmentem w nowej podaży były parki handlowe. W pierwszym półroczu 2023 r. na rynek trafiło około 100 tys. m kw. tego typu powierzchni, co stanowiło ponad 65% całej półrocznej podaży. Nowe parki handlowe powstawały zarówno w średnich miastach, małych miejscowościach, jak i największych aglomeracjach w całej Polsce. W centrum zainteresowania deweloperów znalazły się nawet miasta poniżej 50 tys. mieszkańców, czego przykładem są nowe obiekty w Ostrzeszowie i Dzierżonowie. Wraz z rozwojem parków handlowych dalszą ekspansję planują marki dyskontowe. Dealz zapowiedział do końca 2023 r. podwojenie liczby sklepów w Polsce do 340.

Sprzedaż detaliczna

zmiana % r/r, w cenach stałych

AT A GLANCE

II kw. 2023

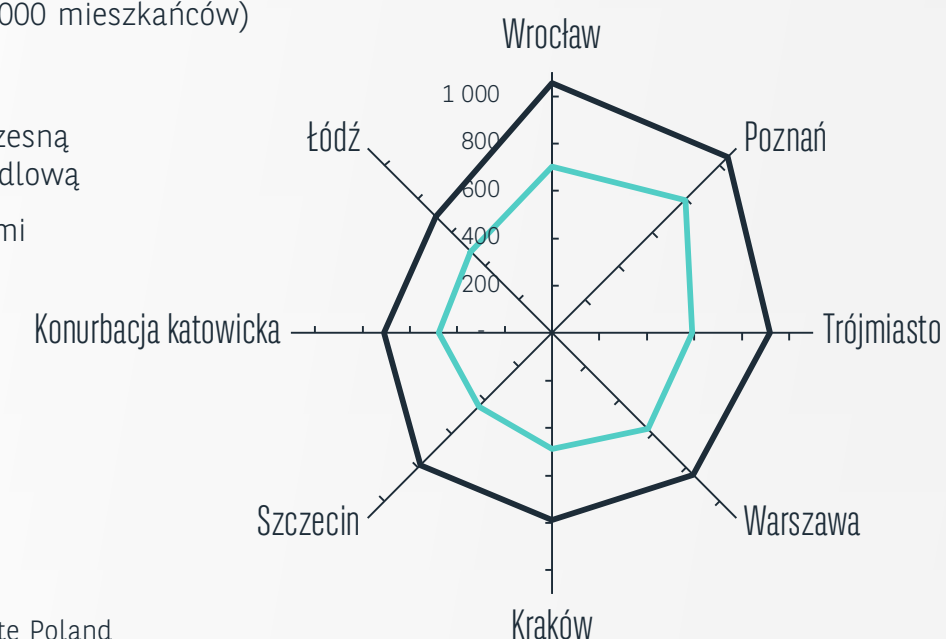


Źródło: GUS

Nasylenie powierzchnią handlową w głównych aglomeracjach

(m² powierzchni najmu / 1000 mieszkańców)

- Nasylenie nowoczesną powierzchnią handlową
- Nasylenie centrami handlowymi

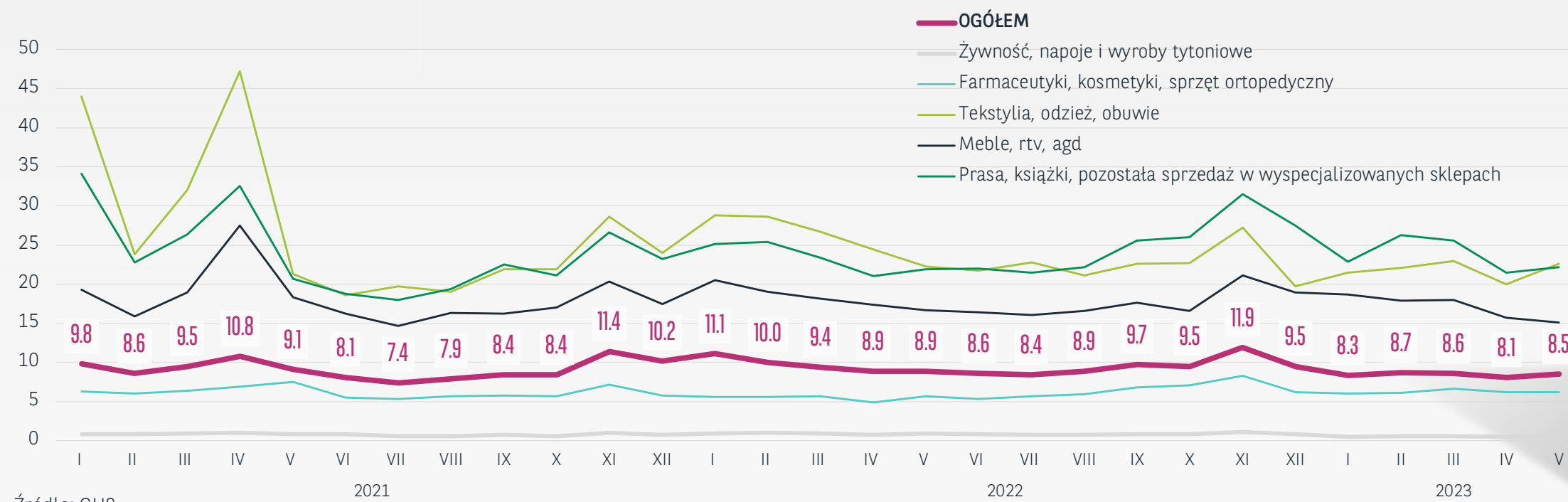


Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

Od dłuższego czasu, najwyższe wskaźniki nasycenia nowoczesną powierzchnią handlową niezmiennie obserwuje się w aglomeracjach wrocławskiej i poznańskiej, gdzie kształtują się one na poziomie odpowiednio 1054 i 1050 m kw./1000 mieszkańców, najniższe natomiast w konurbacji katowickiej i aglomeracji łódzkiej (odpowiednio 710 m kw. i 696 m kw./1000 mieszkańców).

Udział sprzedaży przez internet w sprzedaży detalicznej

(w %; ceny bieżące, 2021-2023)



Źródło: GUS

Generacja „Silver” zdobywa rynek

Z danych GUS wynika, że liczba osób w wieku powyżej 65. roku życia wzrośnie do 23,2% całego społeczeństwa w 2035 r. oraz do 32,7% w 2050 roku. Z kolei odsetek osób w wieku 85+ zmieni się odpowiednio z 3,1% do 6,1%. Przystawiając „silwersi”, czyli osoby w wieku 65+ są grupą konsumentów, która rośnie coraz szybciej. Duża grupa emerytów w czasie pandemii przetrzączyła się na życie online i obecnie aktywnie z niego korzysta. Z danych GUS wynika, że aż 86% pokolenia „silwersów” to osoby, które korzystają z internetu codziennie. Z raportu „Pokolenie Silvers w e-commerce 2022” przygotowanego przez Fundacja Kobiety e-biznesu wynika, że emeryci surfujący w sieci najczęściej korzystają z bankowości internetowej (58%), robią zakupy online (55%), czytają i odpisują na maile, a więc korzystają ze swojej poczty e-mail (52%) oraz z mediów społecznościowych. W związku z czym zarówno firmy, jak i sektory gospodarki, które są skoncentrowane na zaspokajaniu potrzeb osób starszych, w najbliższych dziesięcioleciach, będą rosły dynamicznie. Emeryci są dużo bardziej wymagającą grupą nabywców, często bowiem, ze względu na wiek i wynikające z niego ograniczenia, potrzebują więcej czasu na podjęcie decyzji zakupowej, dokładniejszej informacji i większej pomocy ze strony sprzedawcy. O seniorach, którzy stanowią coraz silniejszą grupę nabywczą mówi się w kategoriach „silver economy”, a nawet „silver tsunami”.

Komentarz eksperta



Fabrice Paumelle

Dyrektor Działu Powierzchni Handlowych

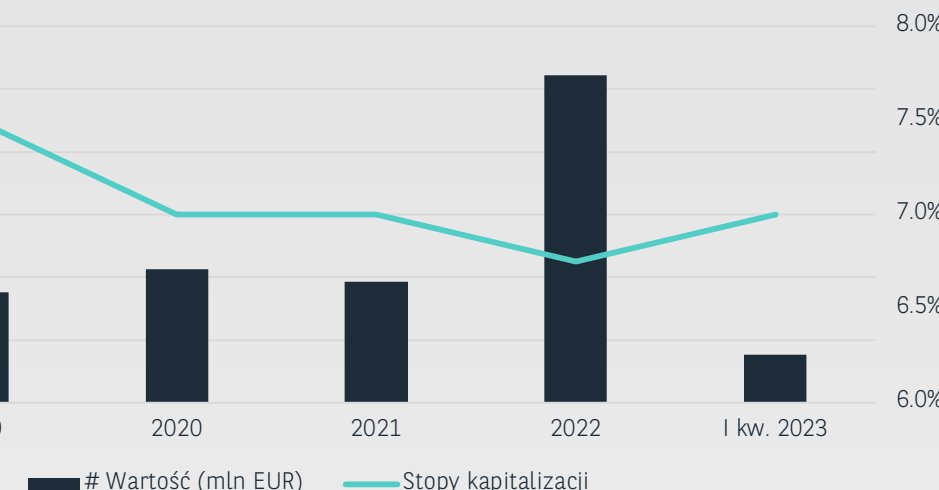
Polski rynek handlowy stał się atrakcyjną lokalizacją dla firm z regionu Europy Środkowo-Wschodniej. Od wielu miesięcy obserwujemy ożywienie w kontekście rozwoju marek z krajów bałtyckich oraz z Ukrainy, które planują ekspansję w naszym kraju. W przypadku firm pochodzących z krajów takich jak Litwa, Łotwa czy Estonia, Polska stanowi dla nich naturalny kierunek ze względu na stabilność geopolityczną oraz bliskość kulturową. Na lokalizację swoich placówek najczęściej wybierają duże i rozpoznawalne centra handlowe, o ugruntowanej pozycji. Pod koniec lipca swoje pierwsze sklepy w Warszawie w Złoty Tarasach i Westfield Mokotów otworzy litewska marka Candy POP. Z kolei ukraińska marka modowa Solmar na swój debiut w Polsce wybrała poznańskie centrum handlowe Posnania.

Rynek inwestycyjny w segmencie parków handlowych

Wolumen inwestycyjny w segmencie parków handlowych w okresie 2019 - I kw. 2023



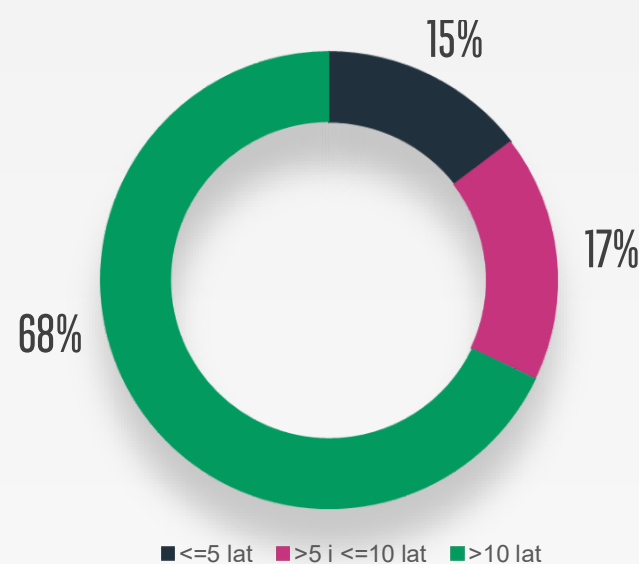
Stopy kapitalizacji dla segmentu parków handlowych w okresie 2019- I kw. 2023



Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

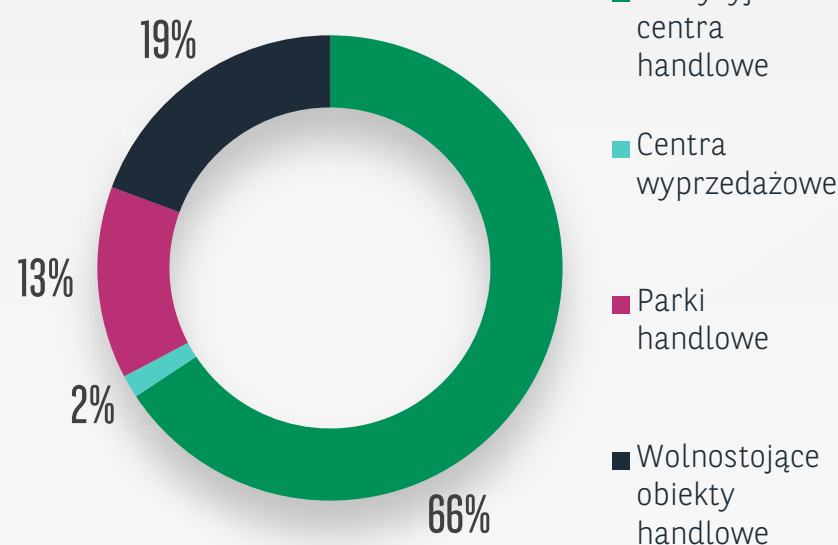
” Rok 2023 raczej nie będzie w stanie konkurować z wynikami z 2022 roku. Tym samym, wzrostowy trend wolumenu inwestycji w sektorze handlowym, wznowiony po pandemii w 2021 roku, prawdopodobnie nie zostanie utrzymany. Parki handlowe nadal będą ważnym elementem sektora, a inwestorzy będą nadal kupować te aktywa.

Podział nowoczesnej powierzchni handlowej według wieku



Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

Podział nowoczesnej powierzchni handlowej według formatów



Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

” Sieć Auchan Polska uruchomiła w Warszawie pierwszy w pełni autonomiczny sklep innowacyjnego konceptu Auchan GO. Nowy, bezobsługowy sklep czynny 24 godziny przez 7 dni w tygodniu.

” Dostawy zakupów z użyciem dronów to kolejny etap w rozwoju firm sprzedających w sieci. W ostatnim czasie tę formę dostawy przetestowała Żabka Jush.

” Sieć fast food Popeyes wkroczyła do Polski. Pierwsza restauracja powstała we Wrocławiu, a w najbliższych tygodniach Popeyes pojawi się również w warszawskich Złoty Tarasach.

” Ponad 250 placówek sieci Biedronka na Pomorzu, w górach i na Mazurach rozpoczęło pracę w trybie wakacyjnym, a część ze sklepów jest czynna całodobowo.

AT A GLANCE

II kw. 2023

AUTOR

Klaudia Okoń

Starsza Konsultantka,
Dział Business Intelligence Hub & Consultancy
klaudia.okon@realestate.bnpparibas

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



www.realestate.bnpparibas.com
#BEYONDBUILDINGS

KONTAKTY

Fabrice Paumelle

Dyrektor Działu Powierzchni Handlowych
fabrice.paumelle@realestate.bnpparibas

Anna Pływacz

Dyrektorka
Dział Powierzchni Handlowych
anna.plywacz@realestate.bnpparibas

Mateusz Skubiszewski, MRICS

Dyrektor Działu Rynków Kapitałowych
mateusz.skubiszewski@realestate.bnpparibas

Bolesław Kołodziejczyk

Dyrektor, Dział Business Intelligence Hub & Consultancy
boleslaw.kolodziejczyk@realestate.bnpparibas

Erik Drukker

Prezes Zarządu
erik.drukker@realestate.bnpparibas

Michał Pszkit

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

Arkadiusz Bielecki, MRICS

Dyrektor Działu Wycen
arkadiusz.bielecki@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.

BNP Paribas Real Estate Poland Sp. z o.o.

ul. Grzybowska 78,
00-844 Warsaw
Tel. +48 22 653 44 00

www.realestate.bnpparibas.pl