

# AT A GLANCE

## IV kw. 2023

# RYNEK NOWOCZESNEGO HANDLU\* W POLSCE

## Trendy 2023 r.

- Wzmożona aktywność deweloperów
- 29 debiutów sieci handlowych w Polsce, znane marki w nowym formacie
- Hamująca dynamika wzrostu cen przekłada się na lepsze nastroje konsumentów
- Wyższa odwiedzalność obiektów handlowych
- Średni udział e-commerce w sprzedaży detalicznej wrócił do poziomów sprzed pandemii Covid-19



### TOP 3 OTWARCIA IV kw.

- S.C. E.Leclerc Jelenia Góra (24 500 m<sup>2</sup>, E.Leclerc)
- Ozimska Park Opole (17 000 m<sup>2</sup> Redkom Development)
- N-Park Olkusz (15 800 m<sup>2</sup>, Napollo)

### TOP 3 W BUDOWIE

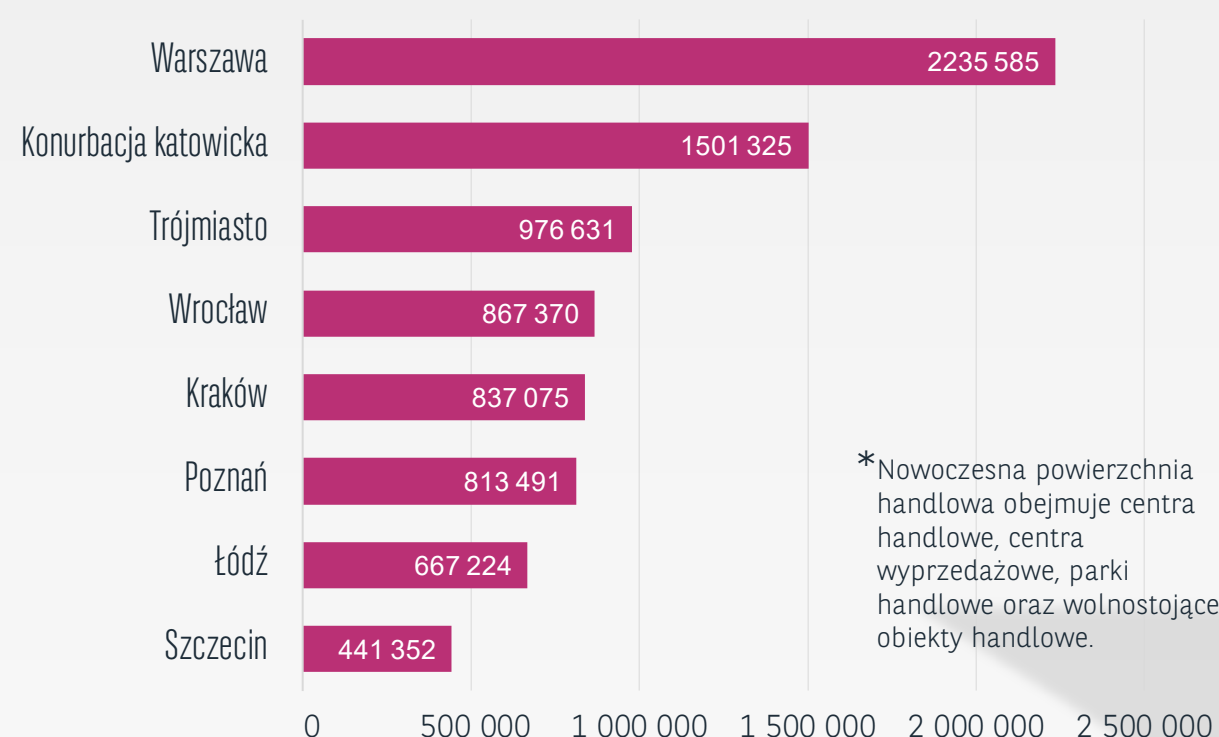
- Nowa Sukcesja – przebudowa (46 300 m<sup>2</sup>, Amush Investment Group, II kw. 2024 r.)
- OTO Park Koszalin (38 000 m<sup>2</sup>, Acteeum/Falcon, I kw. 2024 r.)
- Turawa Park Opole – modernizacja i rozbudowa (36 000 m<sup>2</sup>, Focus Estate Fund, 2024 r.)

## Prognoza głównych wskaźników makro

	2023	2024	2025
 PKB	0,5%	4,0%	3,5%
 Stopa bezrobocia	5,2%	5,5%	5,4%
 Konsumpcja prywatna	-0,5%	4,5%	3,5%
 Wynagrodzenia w przedsiębiorstwach	12,2%	9,5%	7,5%
 Inflacja (CPI)	11,7%	5,0%	4,0%

Źródło: GUS, NBP, Eurostat, BNP Paribas, stan na grudzień 2023 r., średnia 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



KLUCZOWE DANE

**+2,0%**

ŚR. ODWIEDZALNOŚĆ CENTRÓW HANDLOWYCH

(PRCH: październik 2023 r. do października 2022 r.)

**9,4%**

UDZIAŁ SPRZEDAŻY PRZEZ INTERNET W SPRZEDAŻY DETALICZNEJ

(GUS: grudzień 2023 r.)

ok. **16,0 mln m<sup>2</sup>**

ISTNIEJĄCA POWIERZCHNIA HANDLOWA

**234 tys. m<sup>2</sup>**

NOWA PODAŻ IV kw. 2023

**320 tys. m<sup>2</sup>**

NOWA POWIERZCHNIA W BUDOWIE

(z terminem oddania do końca 2025 r.)

**130 tys. m<sup>2</sup>**

ZMIANA FORMATU & ROZBUDOWY

(z terminem oddania do końca 2025 r.)

## Rynek handlowy w 2023 r.

Rynek handlowy w Polsce w 2023 r. charakteryzował się wzmożoną aktywnością deweloperów, którzy w całym roku dostarczyli na rynek blisko 440 tys. m kw. powierzchni handlowej, obejmującej zarówno nowe obiekty, jak i przebudowy istniejących obiektów handlowych. Najlepszy wynik podaży zanotował IV kwartał, w którym ukończono budowę ponad 230 tys. m kw. GLA nowoczesnej powierzchni handlowej. Tym samym całkowite zasoby nowoczesnej powierzchni handlowej w Polsce wynoszą obecnie ponad 16,0 mln m kw. Prognozy dotyczące 2024 roku są optymistyczne i przewidują, że nowa podaż będzie na podobnym lub nawet wyższym poziomie. W minionym roku na polskim rynku handlowym zadebiutowało aż 29 nowych marek, co jest najlepszym wynikiem od 2017 roku. W tym samym czasie jedynie 2 sieci handlowe zdecydowały się na opuszczenie rynku handlowego kraju nad Wisłą. Nowe formaty otwierają także znane już w Polsce marki. Przykładem mogą być sieci DIY, które uruchomiły mniejsze koncepty – Castorama Smart i Express, Pyszczółka Express czy IKEA, która rozwija koncept Studia Planowania. Z kolei marka Decathlon uruchomiła pierwszy sklep w formacie City, dostosowany skalą do lokalizacji śródmiejskiej. W październiku 2023 r. obroty najemców w centrach handlowych wzrosły o 5% w stosunku do analogicznego miesiąca 2022 r. Są one zbliżone z podawanymi przez GUS wynikami sprzedaży detalicznej w cenach bieżących dla całego handlu – tu wzrost wyniósł 4,8%. Wyróżniają się wyniki w kategorii moda, gdzie wzrost obrotów w centrach handlowych wyniósł blisko 9%.

## Komentarz eksperta



**Anna Pływacz**

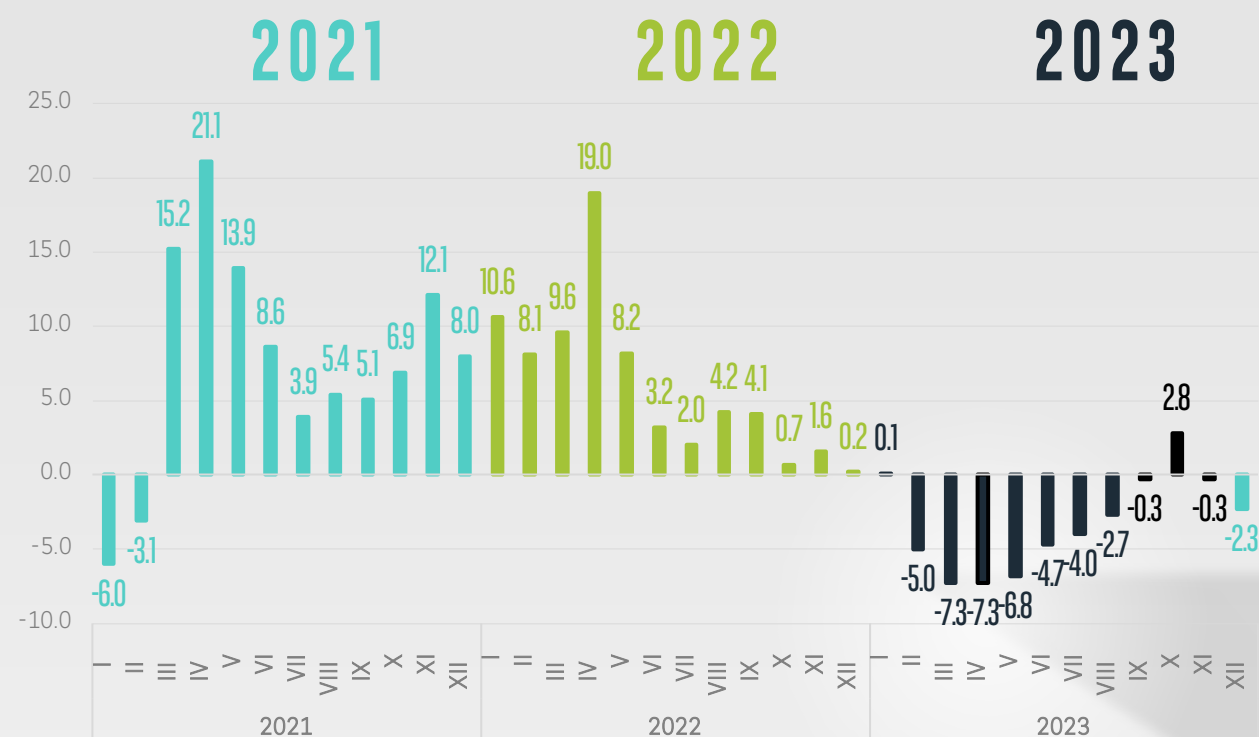
Dyrektor, Dział Powierzchni handlowych

**Food hall to koncept obiektu gastronomicznego, który jest bardzo dobrze przyjmowany przez klientów, a jego popularność rośnie nieprzerwanie od kilku lat, mimo trudnego dla branży okresu pandemii 2020-21.** Pomysły na przestrzeń kulinarną, będącą jednocześnie miejscem spotkań, relaksu i rozrywki, mogą w pewnym stopniu stanowić odpowiedź na zmieniające się potrzeby klientów, którzy chcieliby w centrach handlowych i innych miejskich obiektach nie tylko zrobić zakupy, ale też spotykać się ze znajomymi, spędzić czas z rodziną czy spróbować nowych potraw. Rok 2023 obfitował w nowe otwarcia i transformacje przestrzeni gastronomicznych, otwarto m.in.: food hall Montownia w Gdańsku (część projektu wielofunkcyjnego Doki), Halę Targową w Bydgoszczy, a także strefę Pedet w ramach projektu Renoma we Wrocławiu. Powyższe przykłady przestrzeni wpisują się w trend social eating, pozwalający na poznanie nowych ludzi i wspólne cieszenie się jedzeniem.

## Sprzedaż detaliczna

(ceny stałe, analogiczny okres roku poprzedniego=100)

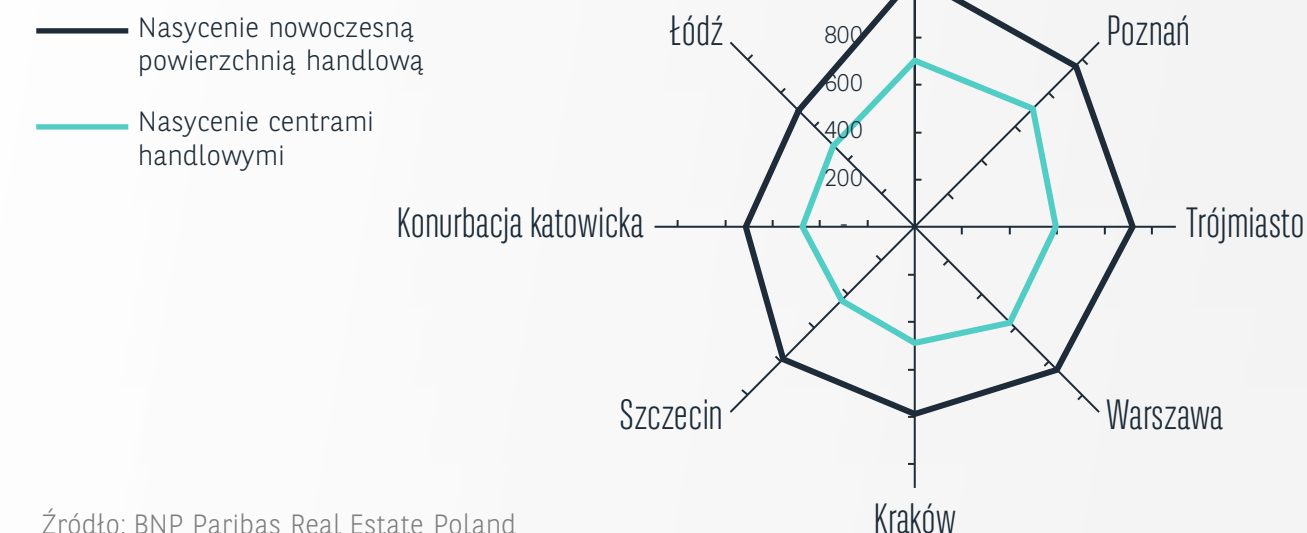
**AT A GLANCE** IV kw. 2023



Źródło: GUS

## Nasylenie powierzchnią handlową w głównych aglomeracjach

(m<sup>2</sup> powierzchni najmu / 1000 mieszkańców)

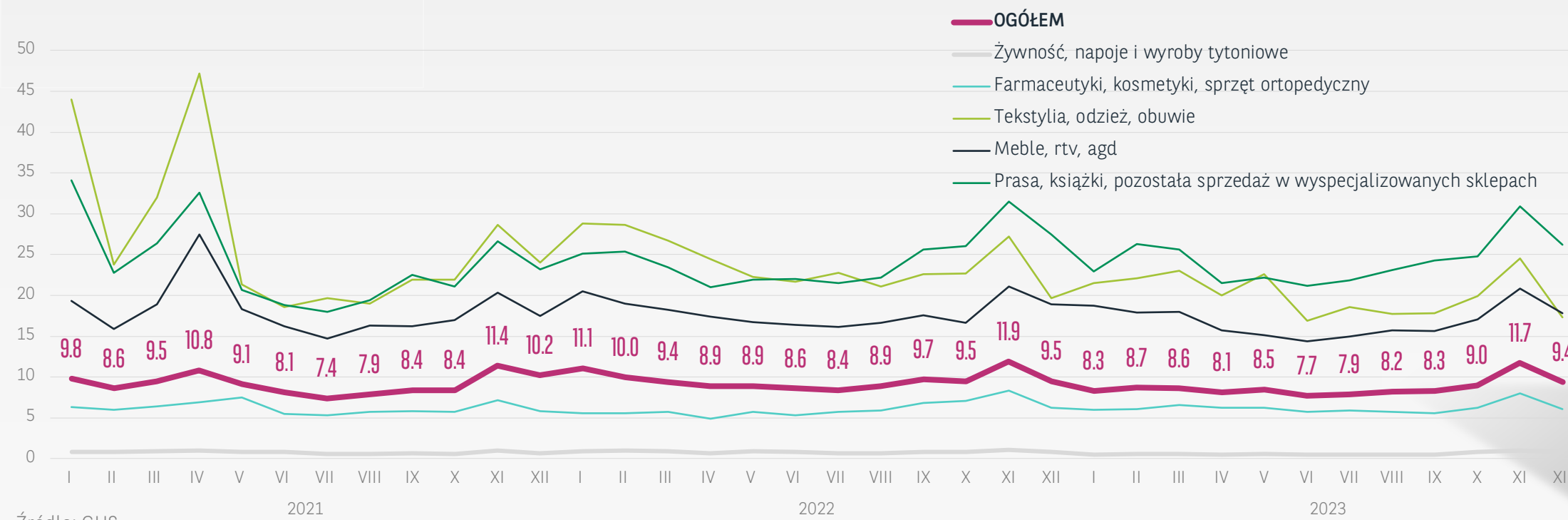


Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

„Od dłuższego czasu, najwyższe wskaźniki nasycenia nowoczesną powierzchnią handlową niezmiennie obserwuje się w aglomeracjach wrocławskiej i poznańskiej, gdzie kształtują się one na poziomie odpowiednio 1 061 i 960 m kw./1000 mieszkańców, najniższe natomiast w konurbacji katowickiej i aglomeracji łódzkiej (odpowiednio 712 m kw. i 696 m kw./1000 mieszkańców).

## Udział sprzedaży przez internet w sprzedaży detalicznej

(w %; ceny bieżące, 2021-2023)



Źródło: GUS

## On-line czy off-line

Obserwowany w okresie pandemii wzrost udziału sprzedaży przez internet w sprzedaży detalicznej powraca powoli do poziomu sprzed pandemii Covid-19. Udział sprzedaży przez internet w sprzedaży detalicznej w grudniu 2023 r. wyniósł 9,4%. Prognozy na kolejne lata wskazują co prawda na wzrost udziału sprzedaży online, ale nie będzie on już tak gwałtowny jak w czasie pandemii. Według szacunków Oxford Economics udział ten w Polsce w latach 2024-2027 szacowany jest na poziomie ok. 14%. Kolejne wzrosty udziału kanału online nie oznaczają spowolnienia dla handlu tradycyjnego. Przenikanie się sfer online i offline, tzw. omnichannel jest i będzie standardem w najbliższych latach w handlu detalicznym. Wygoda zakupów przez Internet z doświadczeniem zakupu stacjonarnego są i będą nierozdzielnie ze sobą połączone. Mnogość kanałów sprzedaży może zwiększyć obroty i zasięg, ale generuje też szereg wyzwań. Social-commerce (sprzedaż w aplikacjach społecznościowych), phygital (physical + digital), to tylko wybrane zwroty, które będą towarzyszyły nowoczesnemu handlowi w najbliższej przyszłości. Wielokanałowość sprzedaży to obecnie jeden z wymogów, które sklepy muszą spełnić aby sprostać wymaganiom pokolenia zakupowego GEN Z, czyli pokoleniu cyfrowemu, wychowanemu w stałym dostępie do internetu. Oczekują oni spersonalizowanej, ale także szerokiej oferty. Kupują szybko, spontanicznie, inspirują się w serwisach społecznościowych.

## Komentarz eksperta



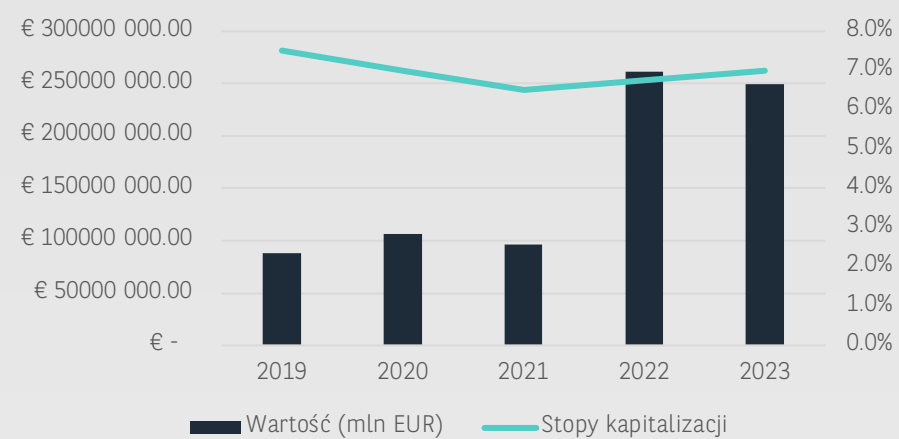
### Fabrice Paumelle

Dyrektor Działu Powierzchni Handlowych

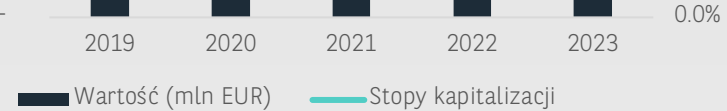
Ostatnie lata na rynku handlowym zdominowane były przez otwarcia parków handlowych, które w 2023 roku stanowiły ponad 80% nowej podaży. Rok 2024 r. nie przyniesie zmian w tym trendzie. Pozostała część dostarczonej w 2023 r. podaży obejmowała centra handlowe, ale w dużej mierze dotyczyła ona przebudowy istniejących obiektów i ponownego ich otwarcia (np. Fort Wola), czy zmiany funkcji handlowej (przekształcenie byłych obiektów Tesco). Galeria Młociny w Warszawie, otwarta w 2019 roku, była ostatnim otwartym centrum handlowym o znaczeniu regionalnym, którego powierzchnia najmu przekroczyła 50 tys. m kw. W planach na 2024 rok w segmencie centrów handlowych jest oddanie do użytkowania jedynie 3 obiektów handlowych: przebudowanego centrum handlowego Nowa Sukcesja w Łodzi, centrum handlowego Brama Jury w Częstochowie i rozbudowa Galerii Hosso w Policach. Stanowi to niespełna 20% powierzchni będącej obecnie w budowie. Pozostałe 80% powierzchni obejmuje parki handlowe i centra typu convenience.

## Rynek inwestycyjny w segmencie parków handlowych

Wolumen inwestycyjny w segmencie parków handlowych w okresie 2019 - 2023



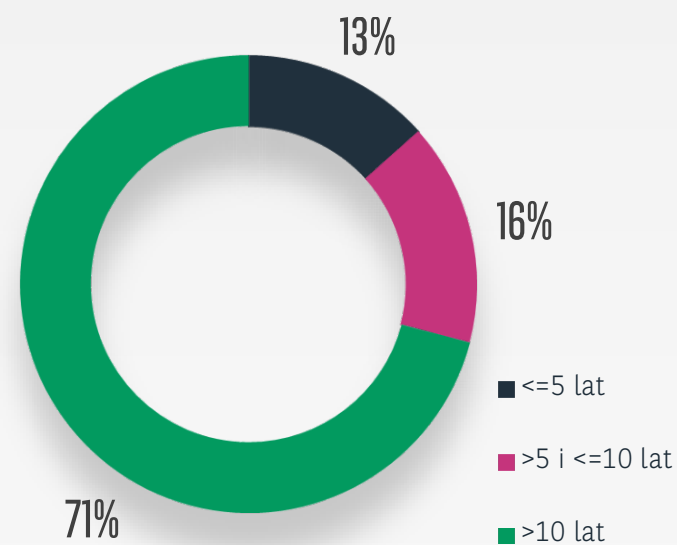
Stopy kapitalizacji dla segmentu parków handlowych w okresie 2019-2023



Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

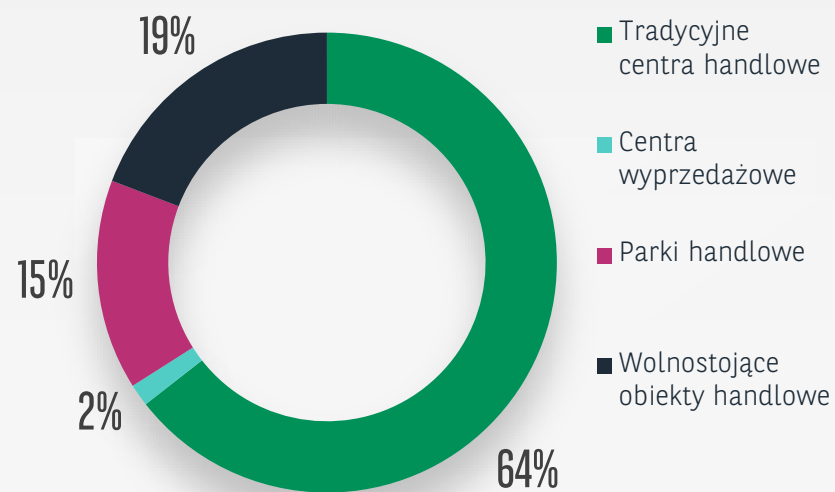
Zainteresowanie inwestorów aktywami typu parki handlowe utrzymuje się na wysokim poziomie, co przekłada się na dużą liczbę zamkniętych transakcji. Udział parków handlowych w całkowitym wolumenie inwestycji w 2023 r. wyniósł 12%. Do szerokiej gamy już aktywnych inwestorów krajowych i międzynarodowych specjalizujących się w tym segmencie dołączają nowi gracze, jak na przykład Lords LB Asset Management z Litwy, czeski BHM oraz renomowana francuska firma Frey. Obserwujemy również aktywny udział polskich inwestorów prywatnych. Istnieje duży popyt na parki handlowe szczególnie z najemcami z segmentu spożywczego i DIY, ponieważ sektory te nieustannie osiągają dobre wyniki.

## 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 warszawskiej Domotece oficjalnie otworzył się salon marki Primavera Furniture, cenionego polskiego producenta mebli klasy premium.

” Medicover wprowadza na rynek nową markę klubów fitness premium pod nazwa STELLAR. Nowa marka oferować będzie spersonalizowaną obsługę, światowej klasy sprzęt fitness, nowe metody treningu, opiekę wykwalifikowanej kadry trenerów personalnych i instruktorów fitness oraz możliwość skorzystania z odnowy biologicznej.

” Grupa InPost dostarczyła w 2023 roku 892,1 mln przesyłek, o 20% więcej niż rok wcześniej. W Polsce wolumen przesyłek wyniósł 589,5 mln przesyłek (+16%). Na rynkach międzynarodowych wolumen ten wyniósł 302,6 mln sztuk.

## AT A GLANCE

IV kw. 2023

### AUTOR

Klaudia Okoń

Starsza Konsultantka,  
Dział Business Intelligence Hub & Consultancy  
[klaudia.okon@realestate.bnpparibas](mailto:klaudia.okon@realestate.bnpparibas)

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



[www.realestate.bnpparibas.com](http://www.realestate.bnpparibas.com)  
#BEYONDBUILDINGS

### KONTAKTY

Fabrice Paumelle

Dyrektor Działu Powierzchni Handlowych  
[fabrice.paumelle@realestate.bnpparibas](mailto:fabrice.paumelle@realestate.bnpparibas)

Anna Pływacz

Dyrektorka  
Dział Powierzchni Handlowych  
[anna.plywacz@realestate.bnpparibas](mailto:anna.plywacz@realestate.bnpparibas)

Mateusz Skubiszewski, MRICS

Dyrektor Działu Rynków Kapitałowych  
[mateusz.skubiszewski@realestate.bnpparibas](mailto:mateusz.skubiszewski@realestate.bnpparibas)

Bolesław Kołodziejczyk

Dyrektor, Dział Business Intelligence Hub & Consultancy  
[boleslaw.kolodziejczyk@realestate.bnpparibas](mailto:boleslaw.kolodziejczyk@realestate.bnpparibas)

Erik Drukker

Prezes Zarządu  
[erik.drukker@realestate.bnpparibas](mailto:erik.drukker@realestate.bnpparibas)

Michał Pszkit

Dyrektor Działu Zarządzania Nieruchomościami  
Członek Zarządu  
[michal.pszkit@realestate.bnpparibas](mailto:michal.pszkit@realestate.bnpparibas)

Arkadiusz Bielecki, MRICS

Dyrektor Działu Wycen  
[arkadiusz.bielecki@realestate.bnpparibas](mailto: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 Warszawa  
Tel. +48 22 653 44 00  
[www.realestate.bnpparibas.pl](http://www.realestate.bnpparibas.pl)