

# AT A GLANCE

## IV kw. 2024

# RYNEK NOWOCZESNEGO HANDLU\* W POLSCE

## Kluczowe informacje

- Aktywność deweloperów powierzchni handlowych najwyższa od dekady
- Debiuty marek handlowych w Polsce
- Transformacja rynku parków handlowych
- AI w e-commerce
- Rynek dóbr luksusowych w Polsce rośnie






### TOP 3 OTWARCIA IV kw.

1. Nowa Sukcesja - przebudowa (46 300 m<sup>2</sup>, Amush Investment Group)
2. Vendo Park Szczecin (22 000 m<sup>2</sup>, Trei Real Estate)
3. Comfy Park Bielki, Bielsko-Biała (20 000 m<sup>2</sup>, Newgate Investment)

### TOP 3 W BUDOWIE

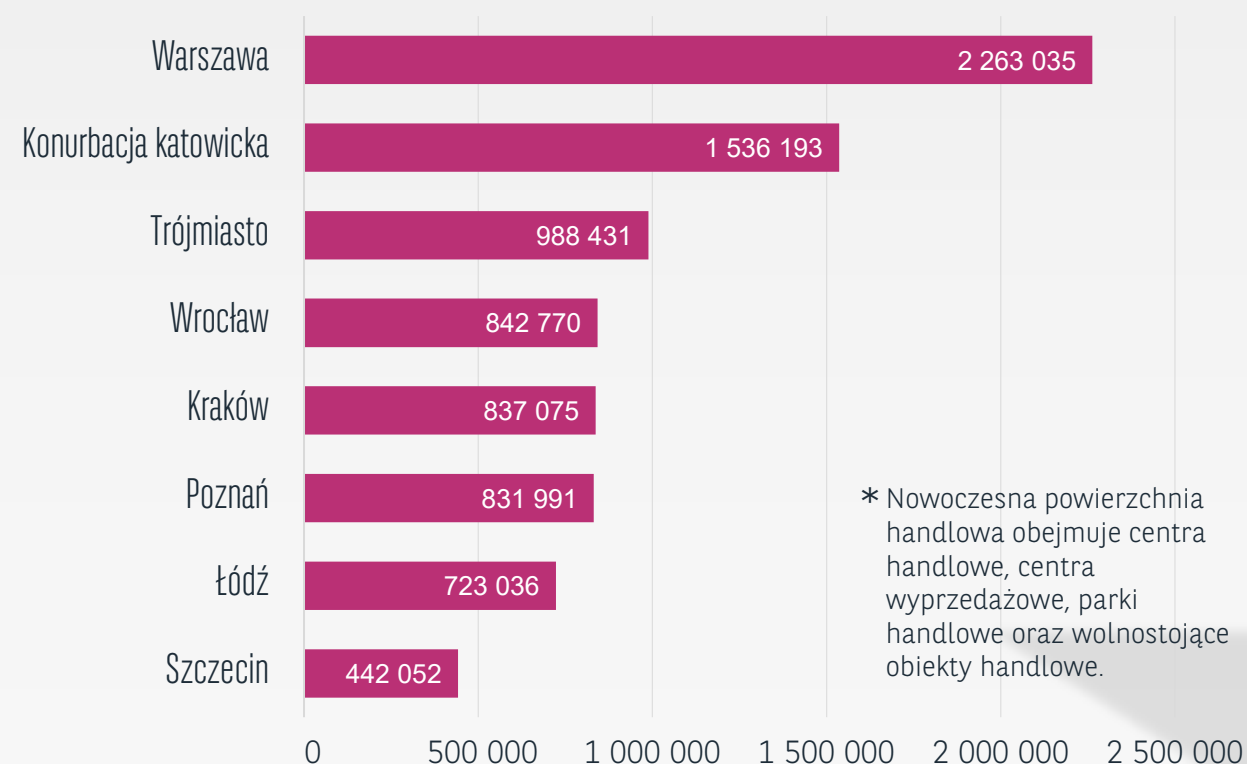
1. Designer Outlet Kraków (21 000 m<sup>2</sup>, Peakside Capital, I kw. 2025 r.)
2. Pasaż Ciechanowski (20 000 m<sup>2</sup>, Refield, III kw. 2025 r.)
3. Przystanek Karkonosze (17 000 m<sup>2</sup>, Prywatny inwestor/Mallson, IV kw. 2025 r.)

## Główne wskaźniki dla Polski\*:

	2023	2024	2025
 <b>Dynamika PKB (% r/r)</b>	0,2%	3,0%	3,8%
 <b>Stopa bezrobocia rejestrowanego (%)</b>	5,2%	5,2%	5,2%
 <b>Konsumpcja gospodarstw domowych (% r/r)</b>	-1,0%	3,5%	3,8%
 <b>Śr. wynagrodzenie w gospodarce narodowej (% r/r)</b>	13,1%	13,5%	8,0%
 <b>Inflacja CPI (% r/r)</b>	11,6%	3,7%	4,2%

\*Dane średnioroczne o ile nie zaznaczono inaczej; źródło: GUS, NBP, Eurostat, Bank BNP Paribas, grudzień 2024 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



**+0,5% r/r**  
ŚR. ODWIEDZALNOŚĆ  
CENTRÓW HANDLOWYCH  
(PRCH: październik 2024 r./październik 2023 r.)

**10,2%**  
UDZIAŁ SPRZEDAŻY PRZEZ  
INTERNET W SPRZEDAŻY  
DETALICZNEJ  
(GUS: grudzień 2024 r.)

**ok. 16,5 mln m<sup>2</sup>**  
ISTNIEJĄCA POWIERZCHNIA  
HANDLOWA

**200 tys. m<sup>2</sup>**  
NOWA PODAŻ IV kw. 2024

**260 tys. m<sup>2</sup>**  
NOWA POWIERZCHNIA  
W BUDOWIE (z terminem oddania do końca 2026 r.)

**70 tys. m<sup>2</sup>**  
ZMIANA FORMATU & ROZBUDOWY  
(z terminem oddania do końca 2026 r.)

## 2024 rok z imponującym poziomem aktywności deweloperów

W 2024 r. deweloperzy dostarczyli na polski rynek handlowy około 545 tys. m kw. nowoczesnej powierzchni handlowej, co było najlepszym wynikiem notowanym od 2015 r., kiedy nowa podaż wyniosła ok. 620 tys. m kw. W samym tylko IV kwartale około 200 tys. m kw. powierzchni powiększyło zasoby handlowe w Polsce. Tym samym całkowita nowoczesna powierzchnia handlowa w Polsce sięga już ok. 16,5 mln m kw. Największym nowym parkiem handlowym oddanym do użytkowania w okresie październik-grudzień był Vendo Park Szczecin, o powierzchni 22 tys. m kw. zrealizowany przez Trei Real Estate. W tym czasie ukończona została przebudowa centrum handlowego Sukcesja w Łodzi, które funkcjonuje obecnie pod nazwą Nowa Sukcesja. Nieruchomość o powierzchni ponad 46 tys. m kw. oferuje jedną z największych w Europie stref rozrywki. Na koniec 2024 roku w budowie (wliczając w to przebudowy i zmianę formatu handlowego) pozostawało ok. 330 tys. m kw. nowoczesnej powierzchni handlowej, z czego ok 74% powierzchni obejmowało segment parków handlowych. Wyniki te potwierdzają obserwowany od czasu pandemii trend rosnącej roli tego formatu, który zyskuje na popularności jako odpowiedź na potrzeby wygodnych i szybkich zakupów w bliskim sąsiedztwie. Udział centrów handlowych w powierzchni w budowie na koniec IV kw. wyniósł jedynie 10%, jedynym centrum handlowym w budowie była Brama Jury w Zawierciu (14,5 tys. m kw., MMG), a cztery centra handlowe były w fazie rozbudowy. W całym 2024 roku na rynku handlowym w Polsce zadebiutowało 26 nowych marek, co stanowi podobną liczbę jak w 2023 roku. Z kolei poziom pustostanów w szesnastu aglomeracjach w Polsce, w 2024 r. wyniósł 3,3%, oznacza to spadek o 0,3 p.p. r/r, co wskazuje na stopniową odbudowę sektora handlowego w Polsce.

## Komentarz eksperta



**Klaudia Okoń**

Starsza Konsultantka,  
Dział Business Intelligence Hub & Consultancy

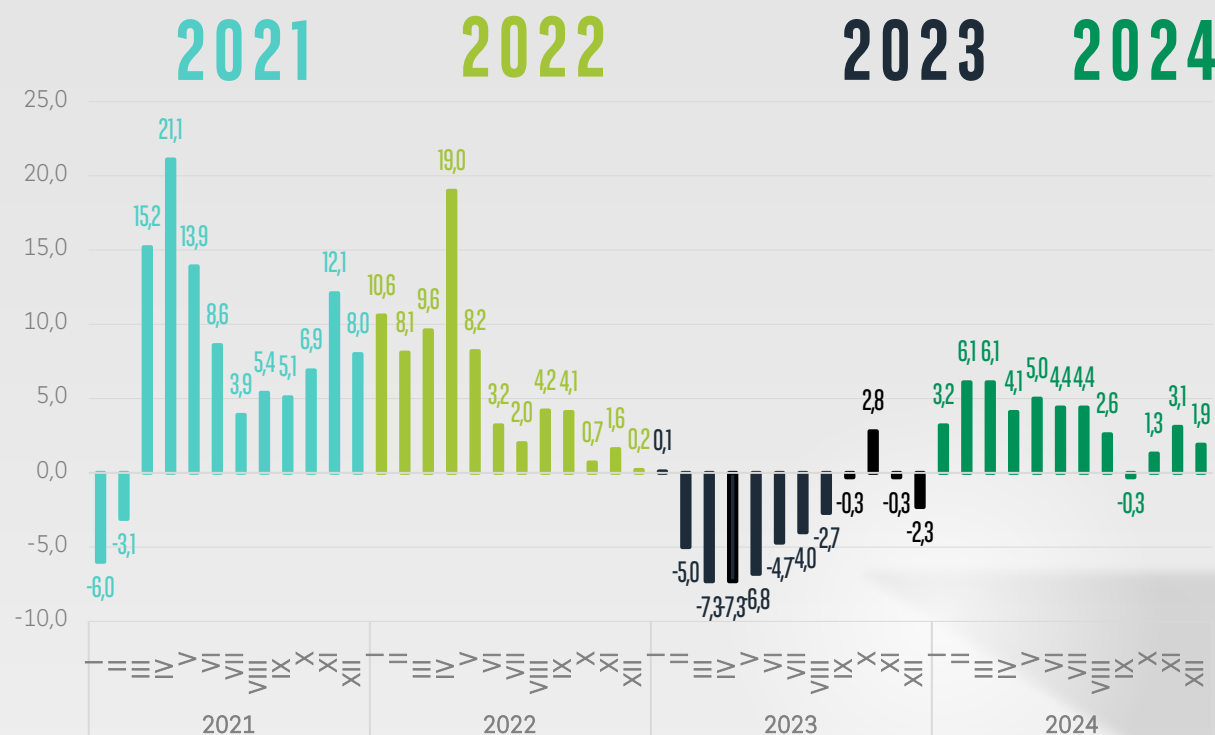
Według danych KMPG rynek dóbr luksusowych w Polsce na koniec 2024 roku osiągnął wartość 55,6 mld zł, co oznacza jego wzrost o 24,6% r/r.

W porównaniu do rynków Europy Zachodniej, charakteryzujących się dojrzałością i wielopokoleniową tradycją, polski rynek dóbr luksusowych znajduje się dopiero w fazie rozwoju, przyciągając zarówno międzynarodowe marki, jak i rodzimych producentów. Rosnąca siła nabywca i świadomość konsumencka Polaków wpłynęły na wzrost zainteresowania produktami i usługami luksusowymi, które stały się symbolem prestiżu oraz aspiracji. Odzwierciedlały również szersze przemiany gospodarcze i społeczne zachodzące w Polsce. Największy udział w segmencie dóbr luksusowych w 2024 roku wynoszący 65% miały samochody premium i luksusowe, których wartość szacowana była na 36 mld zł. Na kolejnym miejscu znalazł się rynek luksusowych usług hotelarskich oraz SPA, którego wartość w 2024 roku wyniosła 7,8 mld zł (14% udziału w segmencie). W ciągu ostatnich 10 lat liczba hoteli pięciogwiazdkowych w Polsce podwoiła się, co świadczy o rosnącym popycie na tego typu usługi. Z kolei wartość rynku nieruchomości premium i luksusowych oraz luksusowej odzieży i akcesoriów w 2024 roku osiągnęły wartość 3,5 mld zł każdy. Należy podkreślić, że stale rośnie grono potencjalnych nabywców tego typu usług – liczba osób bardzo bogatych, uzyskujących dochód powyżej 1 mln zł brutto rocznie.

## Sprzedaż detaliczna

(ceny stałe, analogiczny okres roku poprzedniego = 100)

**AT A GLANCE** IV kw. 2024



Źródło: GUS

## Nasylenie powierzchnią handlową w głównych aglomeracjach

(m<sup>2</sup> powierzchni najmu / 1 000 mieszkańców)

— Nasylenie nowoczesną powierzchnią handlową  
— Nasylenie centrami handlowymi

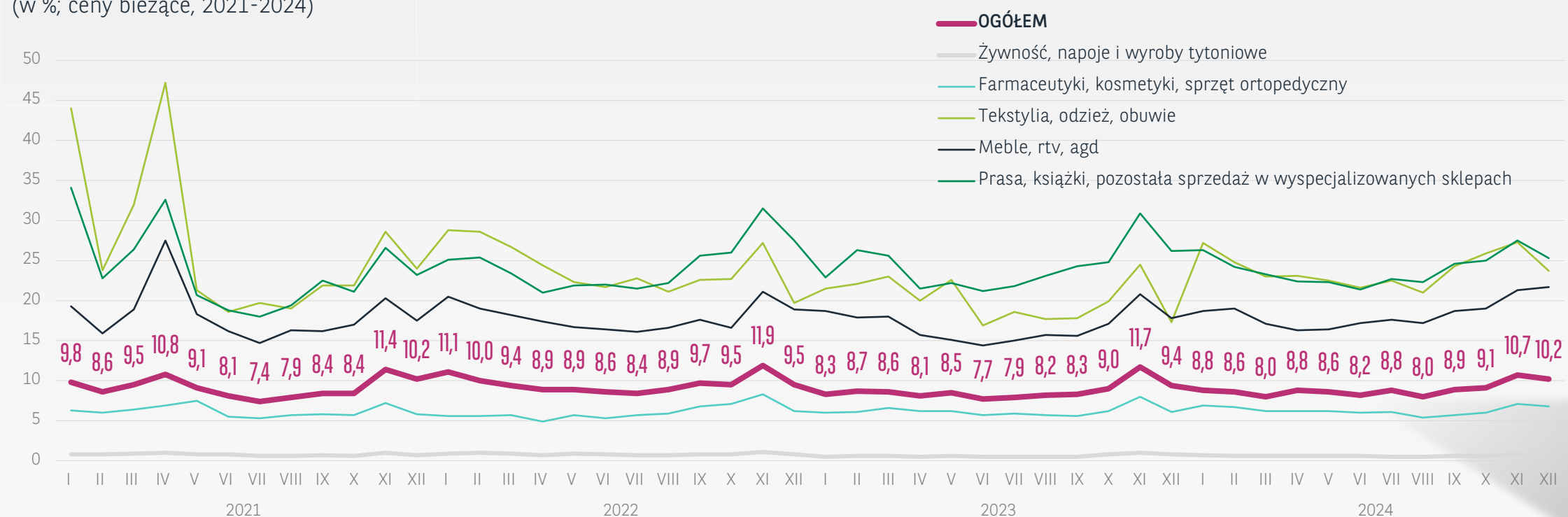


Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

Od dłuższego czasu, najwyższe wskaźniki nasycenia nowoczesną powierzchnią handlową niezmiennie obserwuje się w aglomeracjach wrocławskiej i poznańskiej, gdzie kształtują się one na poziomie odpowiednio 1 030 i 981 m kw./1000 mieszkańców, najniższe natomiast w aglomeracji łódzkiej i konurbacji katowickiej (odpowiednio 754 m kw. i 728 m kw./1000 mieszkańców).

## Udział sprzedaży przez internet w sprzedaży detalicznej

(w %; ceny bieżące, 2021-2024)



Źródło: GUS

## Trendy e-commerce w 2025 roku

Zmieniające się oczekiwania konsumentów oraz nowe technologie wyznaczają nowe standardy w branży e-commerce. Nowoczesne procesy płatności, cross-border, automatyzacja procesów i wykorzystanie AI oraz personalizacja to tylko niektóre z nich, które zmienią sposób, w jaki kupujemy online. Obecnie większość e-konsumentów wskazuje na skomplikowany proces płatności, który jest główną przyczyną rezygnacji z zakupów. Nowoczesne technologie, takie jak one-step checkout czy płatności jednym kliknięciem (np. Apple Pay), mogą znacząco wpłynąć na poprawę tego procesu. W najbliższej przyszłości konsumenci będą jeszcze bardziej wymagać intuicyjnych, szybkich i bezpiecznych procesów zakupowych. Dodatkowo coraz chętniej korzystają z możliwości zamawiania towarów z zagranicy, a coraz więcej sklepów internetowych dostrzega potencjał sprzedaży zagranicznej, szczególnie na rynkach Unii Europejskiej, gdzie bariery logistyczne i walutowe stają się coraz łatwiejsze do pokonania. Prognozuje się, że cross-border będzie rość dwa razy szybciej niż handel krajowy. Rok 2025 przyniesie także dalszy rozwój funkcjonalności ułatwiających klientom nie tylko podejmowanie decyzji zakupowych, ale także pozwalających na bardziej angażujące i spersonalizowane doświadczenia zakupowe. Dzięki dynamicznemu postępowi generatywnej sztucznej inteligencji (Gen AI), przedstawiciele branży e-commerce coraz częściej będą korzystać z technologii VR i AR. Wirtualne przymierzalnie, wizualizacje mebli w domowej przestrzeni czy interaktywne showroomsy ułatwią klientom podejmowanie decyzji zakupowych, a coraz bardziej naturalni w komunikacji asystenci AI będą oferować wsparcie przypominające rozmowę z prawdziwym sprzedawcą.



## Komentarz eksperta

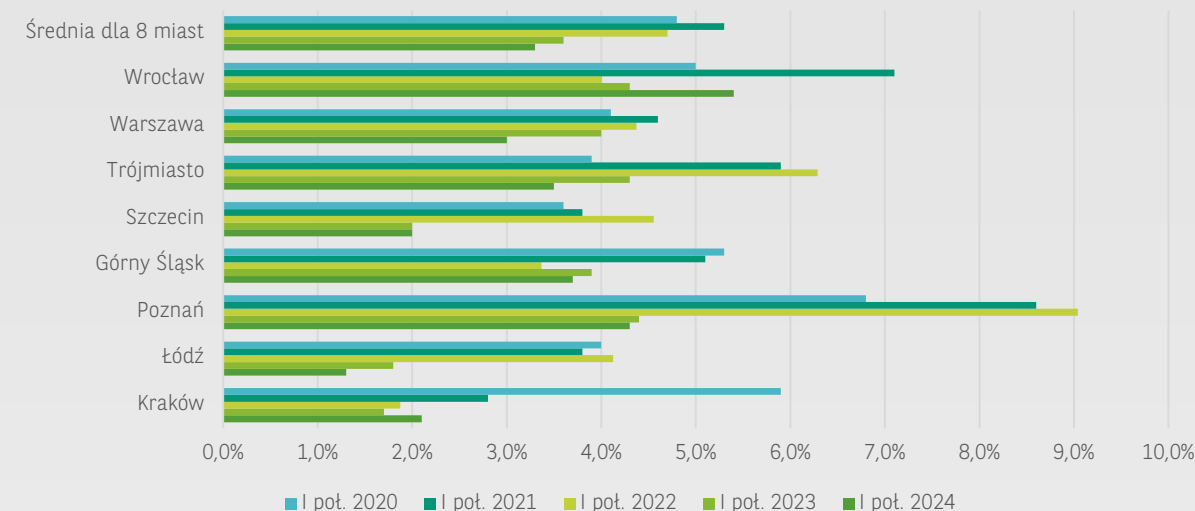


**Fabrice Paumelle**

Dyrektor Działu Powierzchni Handlowych

**Rynek parków handlowych i centrów convenience w Polsce przechodzi znaczącą transformację.** Powstałe przed 2010 rokiem parki handlowe w Polsce obejmowały powierzchnię nawet do 100 tys. m kw., oferowały zazwyczaj stosunkowo ograniczoną liczbę kategorii sklepów, a często główne role grały w nim: operator z branży DIY oraz operatorzy artykułów gospodarstwa domowego i żywności. Dzisiejsze parki handlowe charakteryzują się średnią powierzchnią poniżej 10 tys. m kw. oraz zróżnicowanym miksem najemców. Pojawiają się w coraz mniejszych miastach, nawet tych o liczbie ludności poniżej 50 tys. Z naszych badań wynika, że ok. 1/3 powierzchni najmu w tego typu obiektach zajmują popularne sieci dyskontowe takie jak: Pepco, Action, TEDI czy Dealz. Główne dyskonty spożywcze o mniejszym rozmiarze konceptu, stanowią około 15% powierzchni najmu. Pozostała grupa najemców pochodzi z segmentu elektroniki, zdrowia i urody oraz mody masowej. Duże aglomeracje dodatkowo przyciągają do parków więcej najemców z segmentu gastronomii i rozrywki oraz, ze względu na swoją skalę, są bardziej atrakcyjne dla operatorów DIY. Współczesne parki handlowe stają się ważnym elementem strategii omnichannel, pełniąc nie tylko funkcję sprzedażową, ale także showroomów i punktów odbioru zakupów online.

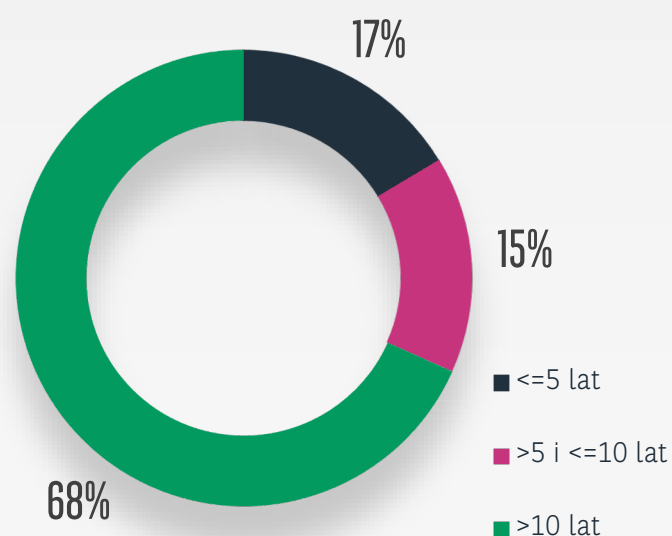
## Średni poziom pustostanów w obiektach handlowych I poł. 2024 r.



Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

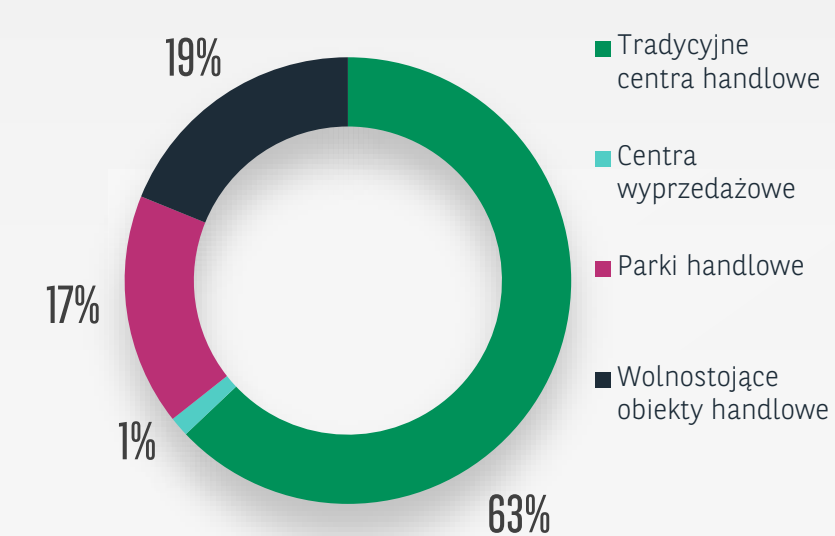
**Średni poziom pustostanów w obiektach handlowych w największych miastach w Polsce spadł o 0,3 p.p. r/r i na koniec I poł. 2024 wyniósł 3,3%**, co wskazuje na stopniową odbudowę sektora handlowego w Polsce. Spadek wskaźnika pustostanów dotyczy aż sześciu z ośmiu największych miast, wzrost wskaźnika odnotowano w Krakowie i Wrocławiu, a brak zmiany wskaźnika zarejestrował rynek handlowy w Szczecinie.

## Podział nowoczesnej powierzchni handlowej według wieku



Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

## Podział nowoczesnej powierzchni handlowej według formatów



Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

” **Warszawska Reduta** jest pierwszym i jedynym obiektem w stolicy, w którym klienci znajdują zarówno supermarket Biedronka, jak i hipermarket Carrefour.

” **13 grudnia 2024** roku InPost uruchomił jubileuszowe 25 000 urządzenie Paczkomat, która znajduje się na warszawskim Goławku przy ulicy Koprzywiańskiej 3. Ta okrągła liczba zbiegła się z 25-leciem działania InPost.

” **W grudnia sieć Popeyes** otworzyła w Szczecinie swoją pierwszą restaurację w koncepcie Drive Thru.

” **Zalando przejmuje konkurenta ABOUT YOU** i umacnia swoją pozycję na rynku e-commerce związanego z modą i stylem życia.

AT A GLANCE

IV kw. 2024

## 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**

Starszy Dyrektor,  
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**

Członek Zarządu, Starszy Dyrektor,  
Dyrektor Działu Zarządzania Nieruchomościami  
[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)