

Rynek handlowy w Polsce

IV kw. 2016 r.



Podaż

Ostatni kwartał 2016 roku to czas aktywnego rozwoju rynku handlowego w Polsce i spektakularnych otwarć. Na rynku pojawiło się najwięcej w całym roku, bo aż 11 nowych centrów handlowych, a dwa zostały rozbudowane. Dodatkowo powstały dwa parki handlowe, dwa wolnostojące obiekty handlowe oraz powiększyły się dwa centra wyprzedażowe.



Centrum Posnania w Poznaniu

Największe nowo otwarte centra handlowe w IV kw. 2016 r. to: Posnania w Poznaniu (99 000 m²), Galeria Metropolia w Gdańsku (34 300 m²), Galeria Navigator w Mielcu (25 400 m²) i Galeria Wołomin w Wołominie pod Warszawą (25 000 m²). Pozostałe projekty są mniejsze niż 20 000 m²: Galeria Tomaszów w Tomaszowie Mazowieckim (18 500 m²), Quick Park w Mysłowicach (13 000 m²), Galeria HIT w Nowym Dworze Mazowieckim (13 000 m²), Galeria Zambrów w Zambrowie (12 000 m²), Galeria Gondola w Legionowie (10 500 m²), Galeria Królewska w Sandomierzu (5 600 m²) oraz Galeria Grodova w Grodzisku Mazowieckim (5 100 m²). W wyniku powyższych otwarć osiem miast zyskało pierwsze galerie handlowe. Są to: Grodzisk Mazowiecki, Legionowo, Mielec, Nowy Dwór Mazowiecki, Sandomierz, Tomaszów Mazowiecki, Wołomin i Zambrów.

W roku 2016 wybudowano łącznie 336 000 m² nowej powierzchni w ramach centrów handlowych, co oznacza spadek wobec 2015 r., kiedy do użytku oddano blisko 500 000 m². Ponowny wzrost podaży, choć nieznaczny, spodziewany jest w 2017 roku – prawie 400 000 m² może pojawić się na rynku, z czego 360 000 m² jest już obecnie w budowie.

W zaawansowanej fazie realizacji znajduje się kilka dużych inwestycji w tym: Galeria Północna (64 000 m²) w Warszawie, Wrocławia (64 000 m²) w stolicy Dolnego Śląska, Forum Gdańsk (62 000 m²) w Trójmieście i Serenada (41 300 m²) w Krakowie.

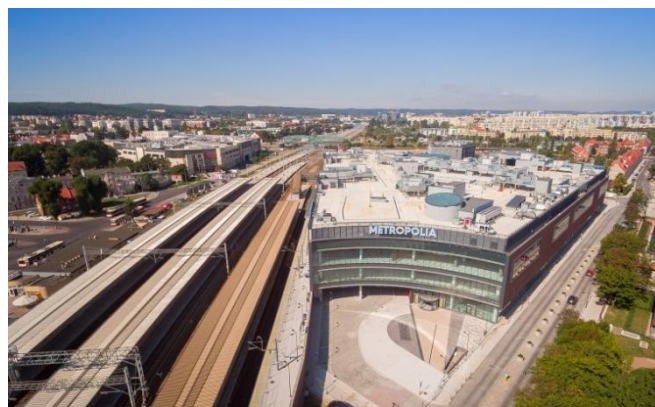
Co ciekawe, nowa podaż oddana do użytku w 2016 r. w ramach galerii handlowych spolaryzowała się pomiędzy największymi aglomeracjami (65%) a małymi miastami poniżej 75 000 mieszkańców (35%). W ciągu najbliższych

dwóch lat koncentracja deweloperów na największych rynkach w kraju będzie jeszcze bardziej widoczna. Ponad 90% powstającej obecnie nowej powierzchni w centrach handlowych pojawi się właśnie w głównych aglomeracjach.

Na przestrzeni całego roku na rynku handlowym przybyło 470 000 m² nowoczesnej powierzchni handlowej. Najwięcej powstało w ramach centrów handlowych (72%). Pozostała powierzchnia to parki handlowe (6%), wolnostojące obiekty handlowe (21%) oraz centra wyprzedażowe (1%).

Całkowita podaż nowoczesnych powierzchni handlowych w Polsce wynosi obecnie 13,4 miliona m². Rynek centrów handlowych to 406 obiektów o łącznej powierzchni najmu ponad 9,5 miliona m². Pozostałe formaty to parki handlowe i wolnostojące obiekty handlowe: 3,6 miliona m² (27%) oraz centra wyprzedażowe: 0,21 miliona m² (2%).

W wyniku ostatnich otwarć poziom nasycenia powierzchnią handlową w Polsce wzrósł do 248 m² / 1 000 mieszkańców. Jest on wyższy od średniej europejskiej (206 m² / 1 000 mieszkańców), jednak wciąż poniżej średniej dla Europy Zachodniej (264 m² / 1 000 mieszkańców). Warto podkreślić, że statystyki te uwzględniają jedynie powierzchnię centrów handlowych, a nie biorą pod uwagę powierzchni przy głównych ulicach handlowych, które są ważnym elementem rynku w Europie Zachodniej, podczas gdy w Polsce mają obecnie znaczenie marginalne i występują w głównej mierze w największych aglomeracjach.



Galeria Metropolia w Gdańsku

Rynek handlowy w Polsce dojrzeva, staje się coraz bardziej konkurencyjny. Wciąż jednak istnieje szereg możliwości inwestycyjnych, chociaż kluczowa jest tu znajomość rynku oraz potrzeb klienta, a równie istotna jest umiejętność przewidywania przyszłych trendów, kreowania nowych opcji rozwoju. Ciekawe, unikalne projekty handlowo-gastronomiczne, takie jak m.in. Hala Koszyki, Soho Factory, Koneser, powstają dziś głównie w stolicy, choć również inne miasta mają się czym pochwalić (np. Off Piotrkowska w Łodzi). Takie projekty odświeżają tkankę miejską i wnoszą nową jakość do przestrzeni publicznej. Obserwujemy również nasilający się trend poszerzania oferty gastronomicznej, rekreacyjnej i rozrywkowej, co jest oczywiście odzwierciedleniem rosnącego popytu na tego typu usługi. Dotyczy to zarówno nowo powstających, jak i istniejących obiektów handlowych, takich jak chociażby Posnania

w Poznaniu, Galeria Mokotów czy Arkadia w Warszawie. Kiedyś gastronomia i rozrywka zajmowały ok. 5-7% powierzchni centrum, obecnie współczynnik ten wzrósł do ok. 10-15%, a w pojedynczych przypadkach do ponad 20% (w wiodących centrach w dużych miastach). Można oczekiwać dalszego wzrostu tego współczynnika w przyszłości. Ponadto spodziewamy się kontynuacji rozwoju mniejszych formatów typu osiedlowe centra handlowe i małe parki handlowe. Widać też spore zainteresowanie ze strony niektórych deweloperów formatem centrów wyprzedażowych, m.in. w Bydgoszczy, Toruniu, Krakowie, Rzeszowie czy Gliwicach.

Popyt i czynsze

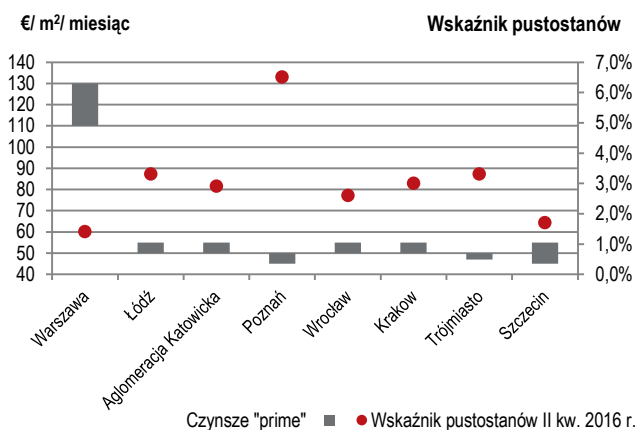
W 2016 roku sieci handlowe kontynuowały selektywną ekspansję. Głównym kryterium rozwoju danej marki pozostaje jakość danego obiektu handlowego.

W ubiegłym roku działalność w Polsce rozpoczęło 17 zagranicznych marek, dokładnie tyle samo co rok wcześniej. Dowodzi to, że Polska pozostaje atrakcyjna dla nowych zagranicznych sieci. Zainteresowanie polskim rynkiem wykazały sieci m.in. z USA (5), Włoch (5) i z Francji (3). Najgłośniejsze modowe debiuty minionego roku to: amerykańska marka Forever 21, szwedzka & Other Stories i hiszpańska Uterqüe.

W IV kw. 2016 r. swoje pierwsze sklepy w Polsce otworzyły m.in. następujące sieci: Max&Co (w katowickiej Silesia City Center), L'Erbolario (Hala Koszyki w Warszawie), Maxi Bazar (Galeria HIT w Nowym Dworze Mazowieckim), a także Dior (kosmetyki), & Other Stories i Uterqüe w warszawskiej Galerii Mokotów.

W tym samym czasie kilka sieci postanowiło zakończyć działalność na polskim rynku: American Eagle, Mothercare, Celio, Brice, Burberry, Devred 1902, Dairy Queen i Kari. Do zamknięcia swoich sklepów szykuje się również sieć Marks&Spencer.

Czynsze „prime” oraz wskaźnik pustostanów w IV kw. 2016 r.



Źródło: JLL, IV kw. 2016 r.

Czynsze „prime”, które dotyczą najlepszych lokali handlowych o powierzchni 100 m² przeznaczonych dla branży moda i dodatki, zlokalizowanych w wiodących centrach, są tradycyjnie najwyższe w Warszawie (do 130 €/m² miesięcznie). Stawki na głównych rynkach pozostały na zbliżonym poziomie w porównaniu do ubiegłego kwartału.

Nie spodziewamy się zmian stawek typu „prime” w najbliższej przyszłości. Spadki czynszów odnotować mogą jednak obiekty, które nie radzą sobie z rosnącą konkurencją

Rynek inwestycyjny

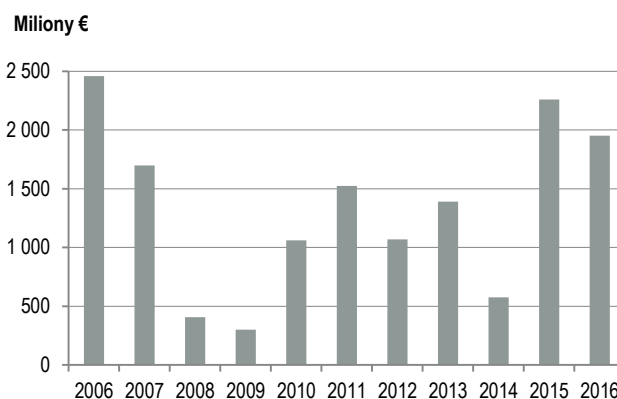
Całkowita wartość transakcji inwestycyjnych w komercyjne nieruchomości handlowe wyniosła w IV kwartale 2016 r. około 550 milionów €, z czego prawie 400 milionów € dotyczyło trzech największych transakcji sprzedaży: portfela Aviva (161 milionów €), Galerii Warmińskiej (150 milionów €) i Nova Park (88,5 miliona €).

Portfel Aviva to dwa regionalne centra handlowe: Focus Park w Zielonej Górze o pow. 26 800 m², oraz Focus Mall w Piotrkowie Trybunalskim o pow. 35 200 m². Centra te zostały zakupione przez Rockcastle Global Real Estate, południowoafrykański REIT. Rockcastle zakupił również olsztyńską Galerię Warmińską od prywatnego inwestora. Jest ona wiodącym centrum handlowym w stolicy województwa warmińsko-mazurskiego i oferuje 150 sklepów na powierzchni najmu 42 700 m². Cena, za jaką sprzedano Galerię Warmińską to 150 milionów €, co odzwierciedla stopę kapitalizacji na poziomie 6%. Trzecia największa transakcja to sprzedaż galerii Nova Park w Gorzowie Wielkopolskim przez Futureal Group na rzecz MAS Real Estate Inc. i Prime Kapital Limited za kwotę 88,5 miliona €. Jest to ich pierwszy wspólny zakup w Polsce. Centrum Nova Park ma powierzchnię najmu 32 600 m² na której mieści się 140 sklepów.

Całkowita wartość inwestycji w sektorze nieruchomości handlowych w 2016 roku w Polsce osiągnęła poziom około 1,972 miliarda €, natomiast w 2015 roku odnotowano transakcje na łączną kwotę 2,261 miliarda €.

Obecne stopy kapitalizacji za najlepsze centra handlowe pozostają na poziomie 5,0%, zaś za parki handlowe na poziomie ok. 7,0%.

Wartość handlowych transakcji inwestycyjnych



Źródło: JLL, IV kw. 2016 r.

JLL

Agnieszka Tarajko-Bąk
Senior Retail Research Analyst
Research & Consultancy
Warsaw Spire
Plac Europejski 1
00-844 Warszawa
Tel. +48 22 167 0068
agnieszka.tarajko-bak@eu.jll.com

www.jll.pl

JLL

Agnieszka Kołat
National Director
Capital Markets
Warsaw Spire
Plac Europejski 1
00-844 Warszawa
Tel. +48 22 167 0010
agnieszka.kolat@eu.jll.com

www.jll.pl

COPYRIGHT © JONES LANG LASALLE IP, INC. 2017. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means without prior written consent of Jones Lang LaSalle. It is based on material that we believe to be reliable. Whilst every effort has been made to ensure its accuracy, we cannot offer any warranty that it contains no factual errors. We would like to be told of any such errors in order to correct them.

