

Podaż

Na koniec 2018 r. podaż nowoczesnej powierzchni handlowej na polskim rynku przekroczyła poziom 14 milionów m² GLA. 419 centrów handlowych oferuje aktualnie ponad 10 milionów m², co stanowi 71% całkowitej podaży. Pozostałe formaty obejmują parki i wielkopowierzchniowe magazyny handlowe – 3,9 miliona m² (27%) oraz centra wyprzedażowe – 0,25 miliona m² (2%).

W 2018 r. na polskim rynku przybyło 435 000 m² nowej podaży w ramach wszystkich formatów handlowych, co stanowi wynik zbliżony do tego odnotowanego w 2017 r., kiedy rynek wzbogacił się o 466 000 m². Co ciekawe, w 2018 r. żaden projekt nie został wyłączony z podaży, co miało miejsce w roku poprzednim.

29 nowych projektów handlowych zostało otwartych w 2018 r.: 10 centrów handlowych (z czego największym było Forum Gdańsk – 62 000 m² GLA), 10 parków handlowych, 8 wolnostojących magazynów handlowych i 1 centrum wyprzedażowe. 13 istniejących obiektów zostało dodatkowo rozbudowanych.

Ostatni kwartał tradycyjnie był najbardziej aktywnym w 2018 roku. Tylko w segmencie centrów handlowych do użytku oddano ponad 136 000 m² GLA, z czego do największych projektów należały: Libero w Katowicach (45 000 m² GLA), Nowa Stacja w Pruszkowie (26 800 m² GLA) i Galeria Hosso w Świebodzinie (12 000 m² GLA). Dodatkowo, rynek wzbogacił się o 31 500 m² powierzchni najmu w trzech wolnostojących magazynach handlowych.

Pod względem lokalizacji, centra handlowe ukończone w 2018 r. były spolaryzowane między największymi aglomeracjami (82%) i miastami poniżej 50 000 mieszkańców (15%). Pozostała nowo oddana powierzchnia (3%) przypadła na miasta z przedziału 50 000 i 100 000 mieszkańców.

Od początku 2018 r. średnie nasycenie powierzchnią centrów handlowych w Polsce wzrosło z 255 do 262 m²/1 000 mieszkańców, zbliżając nas do średniej zachodnioeuropejskiej wynoszącej 276. Należy mieć na uwadze, że powyższe statystyki nie obejmują ulic handlowych, które są w Polsce zdecydowanie mniej rozwinięte niż na Zachodzie. Po ich uwzględnieniu różnica między Polską a krajami Europy Zachodniej byłaby jeszcze bardziej znacząca.

Aktualnie około 269 000 m² powierzchni najmu w centrach handlowych jest w budowie, z czego 73% (196 000 m²) zostanie oddane do użytkowania w 2019 r. Jest to aż o 40% mniej niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. Wśród największych projektów planowanych do otwarcia w tym roku należą: Galeria Młociny w Warszawie (72 000 m² GLA), Color Park w Nowym Targu (27 000 m² GLA) i Stara Ujeżdżalnia w Jarostawiu (26 000 m² GLA).

Nowe centra handlowe powstają przede wszystkim w największych miastach. Trend ten zostanie utrzymany, gdyż około 60% nowo powstającej powierzchni będzie zlokalizowane w głównych aglomeracjach kraju.

Wraz z dojrzewaniem rynku handlowego w Polsce centra handlowe stale rozszerzają ofertę gastronomiczną i rozrywkową, co daje możliwości dalszego rozwoju. Jest to zgodne ze zmieniającą się rolą samych centrów handlowych, których funkcje wykraczają poza stricte zakupy. W rezultacie właściciele obiektów handlowych często koncentrują się na rozszerzeniu oferty rozrywkowej, udostępniając klientom takie udogodnienia, jak np. kina, kluby fitness, strefy edukacyjne dla dzieci, przestrzenie coworkingowe lub biblioteki. Równolegle spada udział powierzchni operatorów spożywczych i sklepów budowlanych na rzecz powierzchni galeryjnej.

Udział powierzchni galeryjnej, sklepów spożywczych i DIY w nowo oddawanej powierzchni w centrach handlowych



Źródło: JLL, styczeń 2019 r.

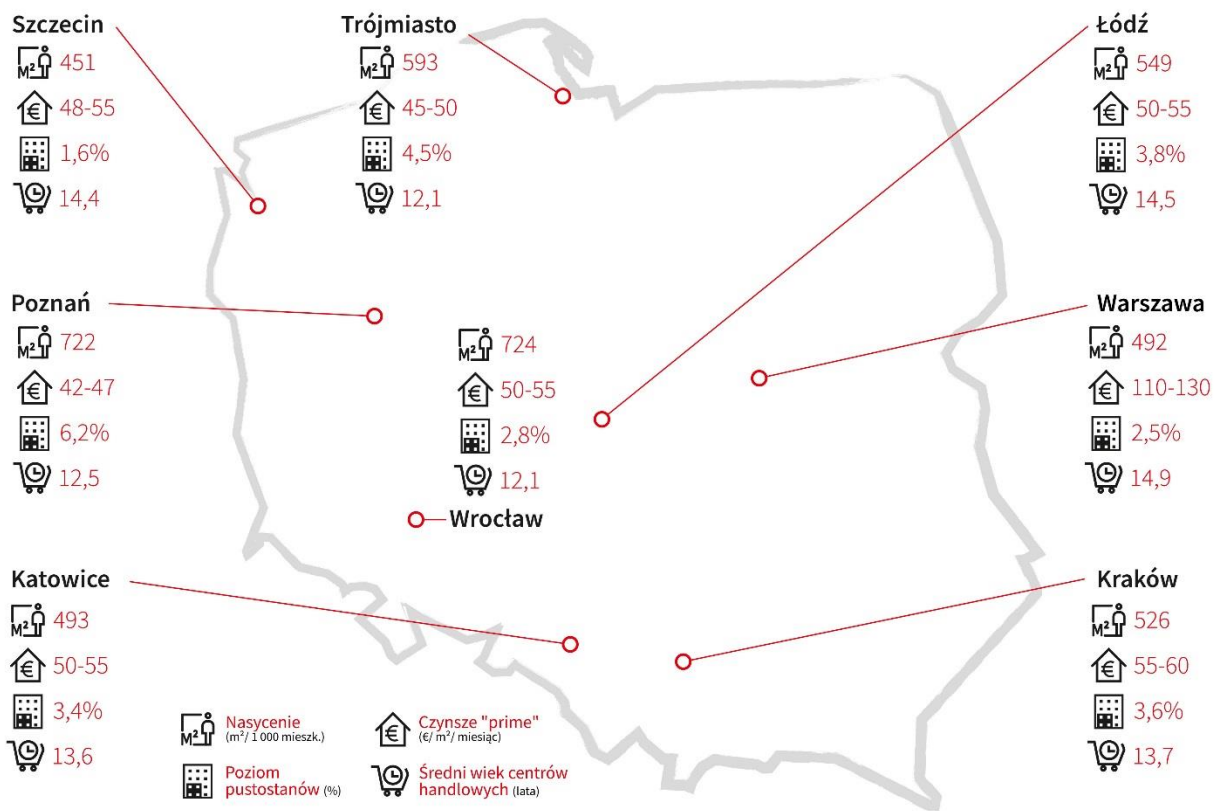
Udział e-commerce w całkowitej sprzedaży detalicznej rośnie, jednak tradycyjne centra handlowe wciąż stanowią pierwszy wybór dla klientów (udział e-commerce w sprzedaży detalicznej według Statista wyniósł 4,3% w 2018 r.). Dodatkowo obserwujemy wyższe zainteresowanie inwestorów projektami wielofunkcyjnymi, szczególnie w centrach miast. Trend ten idzie w parze z rosnącą liczbą polskich miast planujących przebudowę głównych ulic handlowych. Poprawa kondycji ulic handlowych poprzez większą dywersyfikację funkcji sprawia, że obszary te stają się ogólnie bardziej atrakcyjne.

Popyt i czystsze

W 2018 r. sieci handlowe kontynuowały stabilną, choć selektywną ekspansję. 29 nowych zagranicznych marek otworzyło swoje pierwsze sklepy na polskim rynku, co stanowi nieznaczny wzrost względem roku poprzedniego i potwierdza atrakcyjność Polski dla najemców. W 2018 r. najczęściej marek pochodziło ze Stanów Zjednoczonych (5), Niemiec (3) i Włoch (3). Wśród sieci, które pierwsze sklepy otworzyły w ostatnim kwartale 2018 r. wymienić należy m.in.: Scotch & Soda, Chanel Fragrance & Beauty Boutique, Karaca, Tempur, Huawei, Mrp Home, Ramen Shop Menya Musashi, Fit/One, Orangetheory, czy Thun.

2018 charakteryzował się dalszym rozwojem sprzedaży wielokanałowej. Pojawiły się nowe koncepty handlowe, najczęściej łączące różne kanały dystrybucji i zaawansowane rozwiązania cyfrowe, takie jak sklep IKEA w centrum handlowym Blue City w Warszawie, który jest pierwszym takim konceptem firmy na świecie. Fuzje i przejęcia również okazały się długofalowym trendem (np. sklepy OBI otworzyły się w kilku miejscach po zamkniętych sklepach Praktiker, a sklepy Carrefour w niektórych lokalizacjach po zamkniętych delikatesach Piotr i Paweł).





Źródło: JLL, styczeń 2019 r., poziom pustostanów w centrach handlowych I poł. 2018 r.

Warszawę tradycyjnie charakteryzują najwyższe czynsze „prime” (do 130 €/m²/miesiąc), które odnoszą się do najlepszych lokali handlowych o powierzchni około 100 m², przeznaczonych dla branży moda i dodatki, zlokalizowanych w wiodących centrach handlowych. Poziom czynszów „prime” na rynkach regionalnych pozostał stabilny oscylując od 42 €/m²/miesiąc do 60 €/m²/miesiąc.

Zakaz handlu w niedzielę stał się szczególnie kontrowersyjnym tematem w ciągu minionego roku. Skutki nowej ustawy do niedawna były nieznane. Główny wniosek jest taki, że zakaz negatywnie wpłynął na odwiedzalność w centrach handlowych, jednak w mniejszym stopniu niż wielu przewidywało. Pomimo spadku liczby odwiedzin poziom obrotów nieznacznie wzrósł. W 2018 r. handel był dozwolony w pierwszą i ostatnią niedzielę miesiąca, w 2019 roku zakaz handlu będzie rozszerzany, poza ostatnią niedzielą miesiąca. W 2020 r. zakaz obejmie już wszystkie niedziele z wyjątkiem siedmiu (w okresie poprzedzającym Święta Bożego Narodzenia i Wielkanoc oraz cztery dodatkowe - w ostatnią niedzielę stycznia, kwietnia, czerwca i sierpnia).

Rynek inwestycyjny

Po pierwszych trzech kwartałach roku 2018, aktywność inwestycyjna w sektorze nieruchomości handlowych w Polsce osiągnęła imponujący poziom 2,1 mld €. W IV kw. 2018 r. natomiast sfinalizowany został zakup Domów Towarowych Wars Sawa Junior przez Atrium European Real Estate od funduszu zarządzanego przez CBRE Global Investors (PFCEE). Ta flagowa nieruchomość zlokalizowana w centrum Warszawy została sprzedana za 301,5 mln €. Pozostałe transakcje handlowe z IV kwartału dotyczyły zdecydowanie mniejszych nieruchomości, głównie parków handlowych.

Według szacunków JLL, całkowity wolumen inwestycji w sektorze handlowym w IV kwartale 2018 r. wyniósł około 360 mln €, a dla całego roku 2018 łączna wartość transakcji w handlu osiągnęła rekordowy poziom 2,47 mld € (nieco powyżej najlepszego dotychczas roku 2006).

Co więcej, wynik roku 2018 oznacza 20% wzrost wolumenu w sektorze rok do roku względem 2017 r. (2,07 mld €). Jednakże rozłożenie aktywności inwestycyjnej w poszczególnych kwartałach 2018 r. było odmienne niż w roku ubiegłym, kiedy to wolumen IV kwartału 2017 r. na poziomie 800 mln € był najwyższy w ujęciu kwartalnym i miał znaczący wpływ na całkowity wolumen roczny. W 2018 roku 360 mln € transakcji z IV kwartału miało zdecydowanie mniejszy wpływ na wynik roczny, natomiast najsilniejszy okazał się I kwartał (1,75 mld €).

Największą transakcją handlową w całym roku 2018 była sprzedaż portfela 28 nieruchomości o wartości około 1 mld € przez ARES/AXA/Apollo Rida do Chariot Top Group.

Według JLL, stopy kapitalizacji za najlepsze centra handlowe w Polsce pozostają na poziomie 4,9%, zaś najlepsze nieruchomości przy ulicach handlowych są wyceniane na 4,0%. Najlepsze parki handlowe osiągają stopy kapitalizacji ok. 6,8%.

Wartość transakcji inwestycyjnych w sektorze handlowym



Źródło: JLL, IV kw. 2018 r



Joanna Tomczyk

Research Analyst
Research & Consultancy
joanna.tomczyk@eu.jll.com
+48 22 167 1585



Marzena Surmacz

Financial Analyst
Capital Markets
marzena.surmacz@eu.jll.com
+48 22 167 0249