

Mniejsze centra handlowe tracą klientów przez zakaz handlu w niedziele

data aktualizacji: 2019.05.08



W I kw. 2019 roku, centra handlowe monitorowane przez Retail Institute odnotowały 84,6 miliona wizyt, tj. o 0,5 proc. mniej niż w poprzednim roku. Nadal najwięcej klientów tracą centra małe, do 20 000 mkw pow. najmu, oraz średnie - od 20 000 do 40 000 mkw pow. najmu. Obroty firm poniżej oczekiwań rynku.

Po nałożeniu na siatkę tygodniową kalendarza dni ustawowo wolnych od pracy i handlu widać istotne różnice w liczbie dni roboczych w I kwartale 2018 i 2019 roku. W I kw. 2018 roku były tylko 4 dni niehandlowe (1 i 6 stycznia oraz 11 i 18 marca), a wzmożony ruch spowodowany przygotowaniem do świąt Wielkanocy rozpoczął się już w drugiej połowie marca, tj. w tygodniu 11 i 12. W I kw. 2019 roku było już 11 dni niehandlowych (1, 6, 13, 20 stycznia, 3, 10, 17 lutego oraz 3, 10, 17, 24 marca), a gorączka przedświąteczna zaczęła się w tygodniu 13 i trwała przez dwa kolejne tygodnie kwietnia (14 i 15).

W I kw. 2019 roku odwiedzalność ponad 120 centrów handlowych biorących udział w badaniach Retail Institute spadła o -0,5 proc. w porównaniu do wyników z 2018 roku. Oznacza to, że centra handlowe w I kw. 2019 roku odwiedziło o 0,5 mln klientów mniej niż w analogicznym czasie roku

poprzedniego. Największe spadki nadal odnotowują centra małe (-4,8 proc.) i średnie (-1,8 proc.). Klienci natomiast chętnie odwiedzają centra duże i bardzo duże, mające ponad 40 tys. m. kw. powierzchni najmu, które I kw. 2019 roku zamknęły 2,2 proc wzrostem.

W styczniu i lutym 2019 roku centra handlowe były otwarte o 5 dni krócej niż w tym samym okresie 2018 roku. Zakaz handlu w niedziele przełożył się w tym okresie na spadek odwiedzin o -1,8 mln osób. Marzec odnotował natomiast pozytywny trend wzrostowy (2,74 proc. r/r) pomimo tego, że centra w 2019 roku były otwarte o 2 dni krócej niż w 2018 roku.

- Interpretując wyniki należy pamiętać o tym, że rok 2018 był dla handlu bardzo trudny. W I kw. 2018 roku centra straciły -2,5 miliona klientów (-2.8 proc r/d/r) z czego 1,8 miliona właśnie w marcu. Choć w marcu 2019 roku widać powolne wyhamowanie trendu spadkowego, to należy pamiętać, że ten względnie pozytywny wynik jest efektem niskiej bazy porównawczej - powiedziała Anna Szmeja, Prezes Retail Institute.

Aby spojrzeć na wyniki z szerszej perspektywy, Retail Institute porównał odwiedzalność w I kw. 2019 roku z wynikami centrów w 2017 roku.

- Analiza wyników odwiedzalności centrów handlowych w I kw. 2019 i 2017 roku pokazuje ogromną falę spadków. Centra straciły w I kwartale -2,9 mln klientów (3,4 proc. r/d/r), przy czym największe straty odnotowały centra małe (7,08 proc. r/d/r) oraz średnie (4,3 proc.). Centra duże są również na minusie (-1,5% r/d/r) - podkreśla Anna Szmeja.

W 2017 roku, w pierwszym kwartale, centra były zamknięte 2 dni (1 i 6 stycznia), natomiast w 2019 aż 11. Wielkanoc w obu latach przypadała na kwiecień.

W I kw. 2019 roku obroty sieci handlowych rozwijających się na terenie ponad 120 centrów handlowych spadły o 0,1 proc. r/r, przy czym inflacja w marcu wyniosła już 1,7 proc (o 0,3 proc więcej niż w lutym 2019). Wg prognoz GUS, w kwietniu wyniesie już 2,2 proc. w ujęciu rocznym, co oznacza, że będzie najwyższa od 8 lat.

W I kw. 2019 roku spadki od 0,2 proc. do 8,6 proc. r/r odnotowały: moda męska, artykuły dla dzieci i kobiet w ciąży, elektronika, art. domowe i wyposażenia wnętrz, książki, multimedia, prasa, upominki, rozrywka oraz specjalistyczne sklepy spożywcze, stanowiące łącznie 35 proc. powierzchni sprzedaży monitorowanych przez Retail Institute centrów handlowych.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/mniejsze-centra-handlowe-traca-klientow-przez-zaka,54272>