

Detaliści mają z czego wybierać, rynek powierzchni handlowej rośnie

data aktualizacji: 2019.07.23



Firma doradcza Cushman & Wakefield podsumowała pierwszą połowę 2019 roku na polskim rynku handlowym. Nowoczesne zasoby powierzchni handlowej we wszystkich formatach powiększyły się o ponad 230 000 mkw., z czego połowę stanowiły otwarcia nowych i rozbudowy istniejących już centrów handlowych.

Jak zauważa Małgorzata Dziubińska, associate director w dziale doradztwa i badań rynkowych, Cushman & Wakefield, najważniejszym wydarzeniem z pewnością było otwarcie w Warszawie Galerii Młociny o powierzchni 78 500 mkw. W chwili obecnej żaden inny obiekt o tak dużej powierzchni handlowej nie znajduje się w fazie budowy.

Rynek w głównych aglomeracjach nasyca się, wciąż jednak jest miejsce na mniejsze, komplementarne obiekty handlowe zarówno w dużych miastach, jak też w mniejszych

miejsowościach. Nasylenie powierzchnią handlową dla ośmiu największych aglomeracji zbliża się do poziomu 850 mkw. na 1 000 mieszkańców, podczas gdy dla miast o populacji poniżej 100 000 mieszkańców wskaźnik ten nie przekracza 500.

Przy okazji otwarcia Galerii Młociny na rynek weszło lub w najbliższym czasie zostanie otwartych kilka nowych marek, takich jak włoska Gagliardi oferująca modę męską, niemiecka bielizniarska marka Sloggi z pierwszym monobrandowym sklepem w Polsce, czy ukraiński koncept rodzinnej restauracji Pesto Cafe. Nadal wyczekiwany przez rynek jest również debiut w Polsce irlandzkiej sieci Primark.

W pierwszej połowie roku swoje pierwsze w Polsce lokale otworzyły również: park rozrywki TEPfactor w Blue City, odzieżowa marka Boxeur des Rues w Factory Poznań, czy MyShoes, nowa marka sieci Deichmann, której sklepy otwarto jednocześnie w Galerii Mokotów, Galerii Katowickiej i Galerii Echo w Kielcach.

Czynsze prime w najlepszych centrach handlowych pozostają stabilne, jednak obserwujemy coraz większą presję na obniżenie czynszów w drugorzędnych i gorzej funkcjonujących centrach handlowych.

Na drugą połowę 2019 r. planowane jest otwarcie kolejnych 200 000 mkw. powierzchni handlowej, a wysokość nowej podaży na koniec bieżącego roku będzie zbliżona do ubiegłorocznej. W kolejnych latach tempo wzrostu rynku powierzchni handlowej będzie już niższe, głównie w wyniku braku planowanych dużych i bardzo dużych projektów.

Wiele będzie się jednak działo na mniejszych rynkach, a także w segmencie średnich i małych centrów handlowych oraz parków handlowych. Ponad 40% nowej podaży w tym roku zostanie dostarczona na rynki miast o liczbie mieszkańców nieprzekraczającej 200 000.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/detalisci-maja-z-czego-wyberac-rynek-powierzchni-,55804>