

Rozwój rynków mniejszych miast, zyskują małe formaty

Sytuacja ekonomiczna

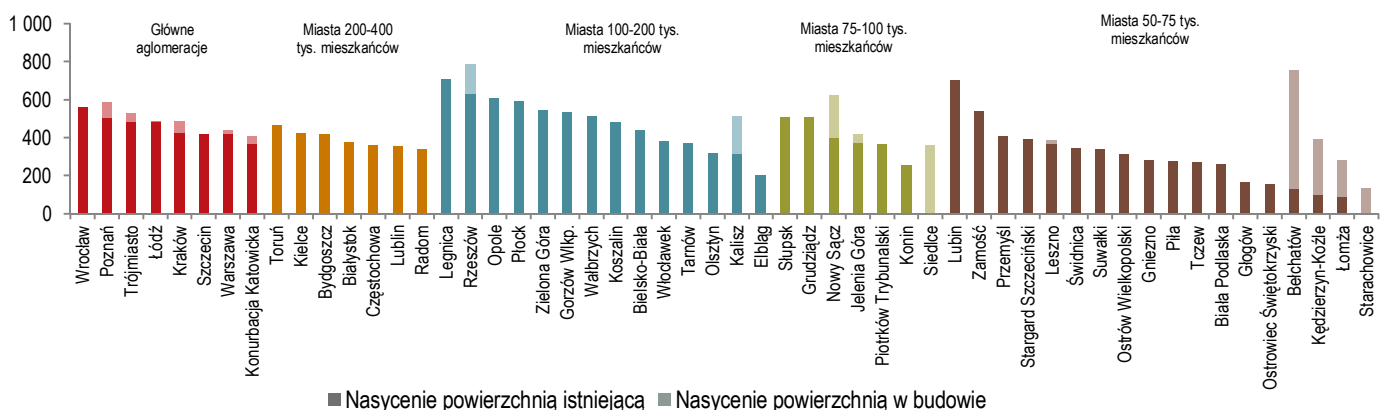
Według Consensus Forecast, w całym 2012 r. polski PKB zwiększy się o 2,8%, co będzie wynikiem niższym od poziomu 3,5% z I kwartału, lecz wciąż jednym z najwyższych w Europie. Od początku roku do końca maja sprzedaż detaliczna wzrosła o 9,8% wobec poziomu 12,3% w tym samym okresie roku ubiegłego. Rynek niecierpliwie oczekuje wyników za czerwiec – z jednej strony Euro 2012 odciągnęło klientów od zakupów w centrach handlowych, z drugiej jednak gastronomia powinna odnotować znaczny wzrost. Nie do przecenienia są też niewątpliwie zyski wizerunkowe związane z organizacją turnieju, które w dłuższym okresie mogą przynieść korzyści dla gospodarki.

Podaż

Rynek centrów handlowych w II kw. 2012 r. powiększył się o 132 000 m² w pięciu nowych i dwóch rozbudowanych obiektach. Obecna podaż w tym segmencie wynosi 7,8 mln m². Połowa oddanej do użytku powierzchni przypadła na miasta liczące poniżej 200 tysięcy mieszkańców, co potwierdza tendencję zainteresowania deweloperów mniejszymi miastami w Polsce. Największym projektem oddanym do użytku w II kw. jest zrealizowana przez Libra Project Galeria Korona (34 000 m²) w Kielcach. Po powiększonej w zeszłym roku do 66 000 m² Galerii Echo, jest to drugi w tym mieście obiekt o podobnym profilu i zestawie najemców.

Wykres 1. Nasylenie powierzchnią w centrach handlowych

Nasylenie m²/1 000 mieszkańców



Źródło: Jones Lang LaSalle, lipiec 2012

Wraz z otwarciem centrum Nova Park (32 500 m²), oferta handlowa w Gorzowie Wielkopolskim poszerzyła się o wiele nowych marek. W obiekcie zrealizowanym przez Caelum Development zadebiutowały m.in. H&M, Smyk, Cubus, KappAhl, Intersport i Superpharm.

Centrum Handlowe Nova Park w Gorzowie Wielkopolskim



W ok. 60-tysięcznym Tczewie, otworzyła się zlokalizowana przy dworcu PKP Galeria Kociewska. Na 14 000 m², oprócz supermarketu Stokrotka i 4-salowego kina Helios, znalazły się znane marki jak np. H&M, Reserved, House, Mohito, Cropp Town, Stradivarius, Orsay, CCC, Rossmann czy Martes Sport.

Dzięki powiększeniu centrum Jantar w Słupsku, jego oferta została powiększona o atrakcyjny komponent rozrywkowy (pierwsze w mieście kino wielosalowe – Multikino oraz kręgielnia MK Bowling), a także debiutujące na tym rynku marki jak Cubus, Lindex czy Julia.

We Wrocławiu, w ramach projektu Sky Tower, otworzyła się galeria handlowa o tej samej nazwie, która uzupełnia wiodące funkcje biurowo – mieszkaniowe tego kompleksu.

Z kolei Galeria Brwinów (6 200 m²) w podwarszawskim Brwinowie to przykład rosnącego segmentu centrów typu „convenience”. W sumie, od początku roku podaż powierzchni w centrach handlowych wzrosła o 220 000 m², co stanowi ok. 50% zapowiadanego na ten rok wolumenu 430 000 m².

Poprzedni rok zakończył się niewiele wyższym wynikiem. Z naszych obserwacji rynku wynika, że jest to poziom na tyle bezpieczny, aby bez większych perturbacji został wchłonięty przez rynek.

W wyniku nowych otwarć, podstawowy parametr rynku jakim jest nasycenie powierzchnią najmu na 1 000 mieszkańców uległ istotnej zmianie w kilku miastach. W Kielcach wzrósł z 309 m² do 421 m², a w Słupsku z 396 m² do 506 m². Na mapie nowoczesnego handlu wyraźnie zaistniał też Tczew ze wskaźnikiem 269 m²/ 1 000 mieszkańców.

Popyt

Poziom pustostanów w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców nie uległ dużym wahaniom w stosunku do I kw. 2012 r. Ale np. w Toruniu, dzięki poszerzeniu się grona najemców Toruń Plaza, systematycznie spada poziom pustostanów w tym mieście – z 10% na początku roku do ok. 7% obecnie.

Rozwój sieci handlowych, choć wciąż bardzo ostrożny, to charakteryzuje się sporą stabilnością. Nowe lokalizacje nadal pozostają przedmiotem dokładnych analiz w celu uniknięcia efektu kanibalizacji. Negatywne efekty kryzysu zmusiły wielu operatorów do wdrożenia restrukturyzacji portfela i rezygnacji z najmniej efektywnych placówek. Niektóre z sieci, w oczekiwaniu na poprawę ogólnej sytuacji ekonomicznej, tymczasowo wstrzymały rozwój. Inne, szczególnie te, których asortyment jest przystępny cenowo, wciąż prowadzą intensywną ekspansję. Podobnie jak w poprzednim kwartale, najsilniejszym popytem cieszą się najlepsze obiekty działające w największych aglomeracjach. W mniejszych miastach ważnym kryterium wyboru lokalizacji jest zarówno kondycja samego obiektu, jak i ogólna sytuacja w mieście. Galerie gorzej postrzegane przez rynek bądź zlokalizowane w miastach o wysokim poziomie nasycenia nie cieszą się dużym zainteresowaniem najemców.

Popyt w sektorze parków handlowych, zwłaszcza wśród najemców z branży odzieżowej, jest zdecydowanie niższy niż w przypadku centrów. Natomiast perspektywny wydaje się rynek niewielkich parków handlowych, centrów typu „convenience”, czy tzw. „strip malli”. Obserwujemy, że ten rosnący segment rynku dobrze sprawdza się w małych miastach, gdzie jest alternatywą dla regularnych centrów handlowych. Zazwyczaj powierzchnia takiego obiektu nie przekracza 5 000 m² i skupia popularnych najemców lokali o średniej powierzchni (500 – 600 m²), jak np. operator spożywczy, drogeria, obuwie, moda.

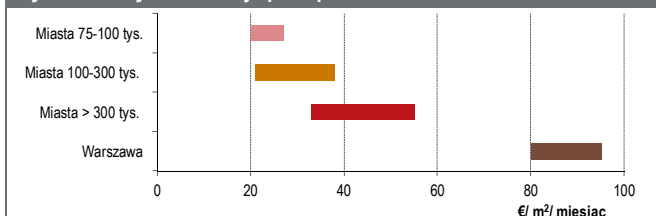
Centra wyprzedażowe, których funkcjonuje obecnie siedem, umacniają swoją pozycję dzięki klientom szukającym okazji cenowych. Kolejne trzy obiekty tego typu są obecnie w budowie, z czego otwarcie dwóch – Outlet Park w Szczecinie (Echo Investment) i Ptak Outlet w Rzgowie pod Łodzią (Ptak Holding) ma nastąpić jeszcze w 2012 r.

W minionym kwartale zadebiutowało w kraju kilka marek, np. Karen Millen (Klif Gdynia), LC Waikiki (Silesia City Center), COS (Mysia 3), Kari (Korona Kielce), Tretom (Klif Warszawa), czy Carpisa (Atrium Targówek). Zapowiadany jest także debiut Victoria's Secret i American Eagle Outfitters. Kolejne sieci poszukują możliwości zaistnienia na polskim rynku.

Czynsze

Stawki czynszowe za najlepsze lokale w wiodących centrach pozostały w znacznej mierze na poziomie z ubiegłego kwartału. Jedynie w Warszawie odnotowaliśmy wzrost o ok. 5%, który jest związany z prowadzoną obecnie rekomercjalizacją i urealnieniem stawek w kilku kluczowych na tym rynku obiektach. Nadal właściciele i deweloperzy muszą być przygotowani na presję na obniżkę czynszów oraz oczekiwania najemców co do wkładu finansowego w wykończenie lokali. Dotyczy to jednak w głównie obiektów niżej pozycjonowanych, a nie liderów danego rynku.

Wykres 2: Czynsze za najlepsze powierzchnie handlowe*



czynsze za lokal ok. 100 m², z branży moda i dodatki zlokalizowany w wiodącym centrum handlowym

Źródło: Jones Lang LaSalle, lipiec 2012

Perspektywa roku 2012

Obecnie w całym kraju w budowie jest dalsze 620 000 m² z perspektywą otwarcia w ciągu najbliższych dwóch lat. Najwięcej powierzchni (60%) przypada na centra handlowe małe i średnie (poniżej 40 000 m²) i powstające w miastach o populacji poniżej 200 000 (51%). W głównych aglomeracjach realizowane jest obecnie 302 000 m², z czego otwarcie 80% planowane jest na 2013 r. (Poznań City Centre, Auchan Bronowice, Wzgórze, Galeria Katowicka, Plac Unii).

Tablica 1. Największe obiekty w budowie planowane na 2012 r.*

Nazwa obiektu	Miasto	GLA (m ²)
Europa Centralna (Centrum + Park handlowy)	Gliwice	67 000
City Center	Rzeszów	47 100
Auchan	Łomianki	25 100
Olimpia	Bełchatów	21 200
Odrzańskie Ogrody	Kędzierzyn-Koźle	21 000

* Obiekty o powierzchni GLA przekraczającej 20 000 m²

Źródło: Jones Lang LaSalle, lipiec 2012

Patricia Lannoije
Head of Research & Consultancy
Associate Director
+48 (0) 22 318 04 17
patricia.lannoije@eu.jll.com

Edyta Potera
Retail Agency
Associate Director
+48 (0) 22 318 00 46
edyta.potera@eu.jll.com

Jan Jakub Zombirt
Research & Consultancy
Research Analyst
+48 (0) 22 318 01 05
jan.zombirt@eu.jll.com