

### Kluczowe informacje

- 4 maja otwarcie branży handlowej po czwartym lockdownie
- Świetny początek czerwca w centrach handlowych – footfall jak przed pandemią
- Primark z kolejnym sklepem w Polsce – nadszedł czas na Kraków
- Mocny debiut nowej polskiej marki HalfPrice, należącej do Grupy CCC

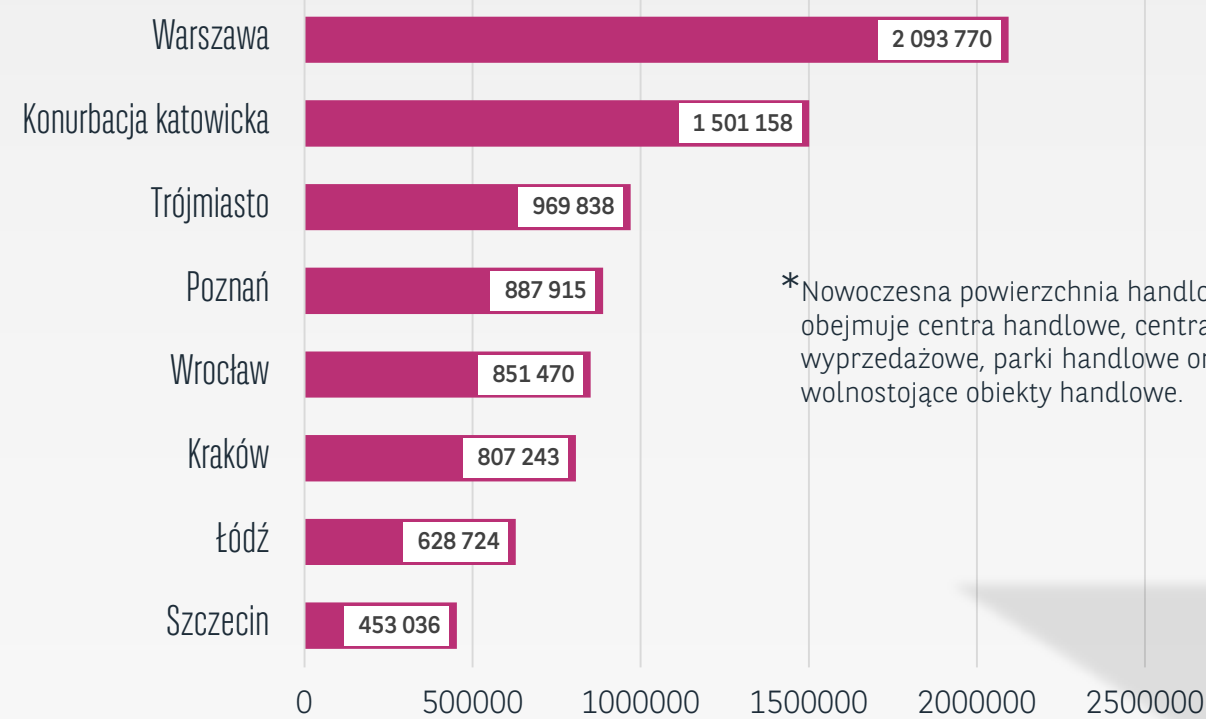
#### TOP 3 OTWARCIA

1. IKEA Szczecin (29 000 m<sup>2</sup>, IKEA)
2. Galeria Sekunda Jędrzejów (13 000 m<sup>2</sup>, Quantum One)
3. Galeria Odyseja Brzesko (11 500 m<sup>2</sup>, Inwestor prywatny)

#### TOP 3 W BUDOWIE

1. Karuzela Kołobrzeg (30 000 m<sup>2</sup>, Karuzela Holding, IV kw. 2022 r.)
2. Galeria Andrychów (24 000 m<sup>2</sup>, Acteeum & Equilis, III kw. 2021 r.)
3. Fabryka Norblina Warszawa (24 000 m<sup>2</sup>, Capital Park, III kw. 2021 r.)

### Nowoczesna powierzchnia handlowa\* w głównych aglomeracjach



\*Nowoczesna powierzchnia handlowa obejmuje centra handlowe, centra wyprzedażowe, parki handlowe oraz wolnostojące obiekty handlowe.

Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland



prawie **15,2 mln m<sup>2</sup>**  
ISTNIEJĄCA POWIERZCHNIA  
HANDLOWA

**84%**  
ŚR. ODWIEDZALNOŚĆ  
CENTRÓW HANDLOWYCH

(PRCH: 17-23 maj 2021 r., w odniesieniu do danych z 2019 r.)

**9,1%**  
UDZIAŁ SPRZEDAŻY PRZEZ  
INTERNET W SPRZEDAŻY  
DETALICZNEJ

(GUS: maj 2021 r.)

**127 tys. m<sup>2</sup>**  
NOWA PODAŻ  
II kw. 2021

**317 tys. m<sup>2</sup>**  
POWIERZCHNIA HANDLOWA  
W BUDOWIE

(z terminem oddania do końca 2021 r.)

### Prognozy ekonomiczne IV kw. 2021

		Trend	Zmiana r/r
PKB	6,6%	↑	↓
Stopa bezrobocia	6,1%	↑	↑↓
Konsumpcja prywatna	6,9%	↑	↓
Wynagrodzenia w przedsiębiorstwach	7,2%	↑	↑
Inflacja (CPI)	4,6%	↑	↑

Źródło: BNP Paribas, stan na czerwiec 2021r.

”  
Najlepsze otwarcie branży handlowej po lockdownie

Klienci chętnie wracają do zakupów w centrach handlowych – pierwszy tydzień maja był najlepszym tygodniem spośród dotychczasowych wyników otwarcia, notowanych zaraz po zakończeniu lockdownów. Średnia odwiedzalność obiektów handlowych w dniach 3-8 maja osiągnęła poziom 97%, w porównaniu do tego samego okresu w 2019 roku, czyli była zaledwie o 3% niższa niż przed pandemią. Jest to dowód na to, że Polacy nie rezygnują z zakupów stacjonarnych, a wręcz wstrzymali się z realizacją części potrzeb zakupowych do czasu otwarcia galerii. O skali uwolnionego popytu świadczą też obroty w maju, które znacząco przekroczyły poziom z 2019 r., czyli sprzed pandemii. Informacje od operatorów kart płatniczych oraz publikowane badania wskazują, że kupujący czekali na możliwość ponownych zakupów w sklepach stacjonarnych. Wszystko to pozwala z ostrożnym optymizmem spodziewać się szybkiej odbudowy wyników sieci i firm handlowych do poziomów sprzed pandemii.

## Komentarz eksperta



**Klaudia Okoń**

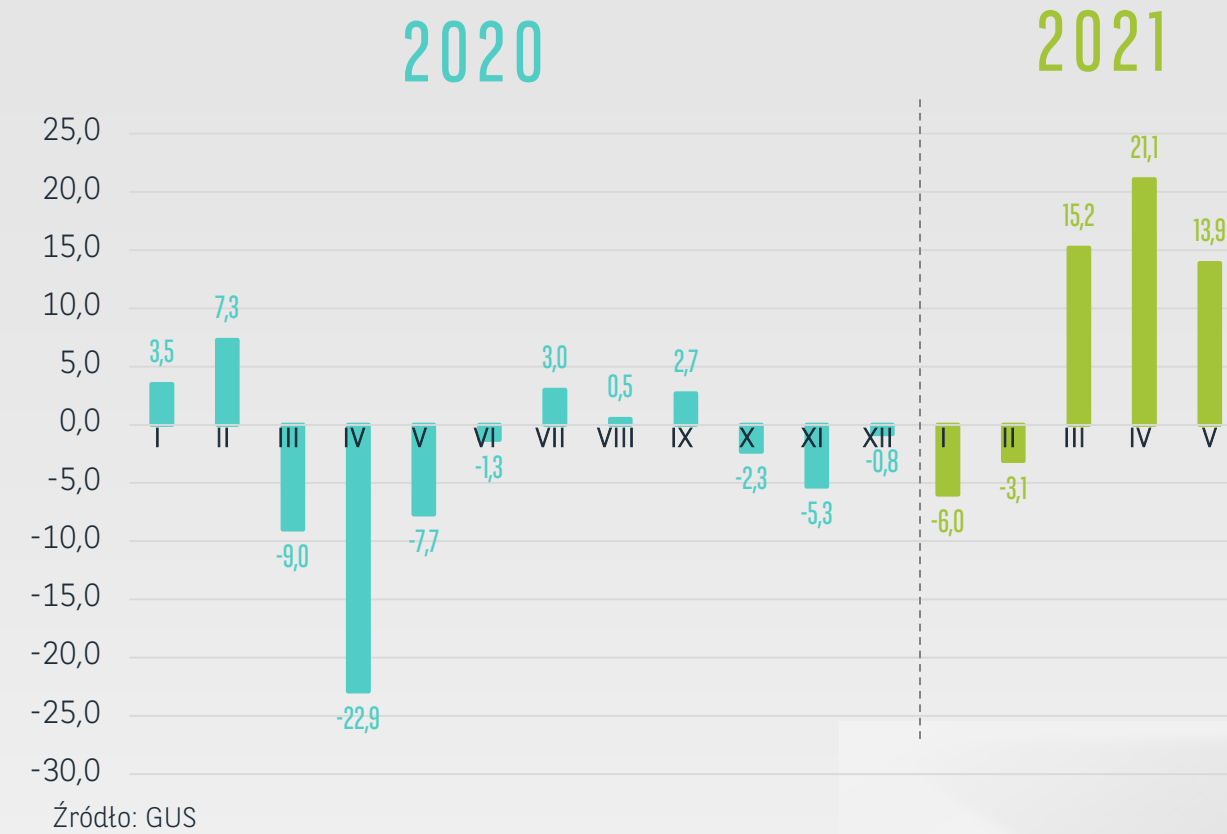
Konsultant,  
Dział Business Intelligence Hub & Consultancy

**W maju 2021 r. dynamika sprzedaży detalicznej ponownie była wysoka i przebiła oczekiwania ekonomistów, balansując tym samym udział sprzedaży przez internet.** Sprzedaż detaliczna w cenach stałych w maju 2021 roku wzrosła w ujęciu rocznym o 13,9%, a w ujęciu miesięcznym wzrost wyniósł 8,2%. W maju największy wzrost sprzedaży detalicznej (w cenach stałych) w porównaniu z analogicznym okresem 2020 roku odnotowały podmioty handlujące pojazdami samochodowymi, motocyklami, częściami oraz grupa: tekstylia i farmaceutyki. W maju odnotowano spadek o 7,8% wartości sprzedaży detalicznej przez internet w cenach bieżących. Udział tej sprzedaży zmniejszył się z 10,8% w kwietniu do 9,1% w maju tego roku.

## Sprzedaż detaliczna

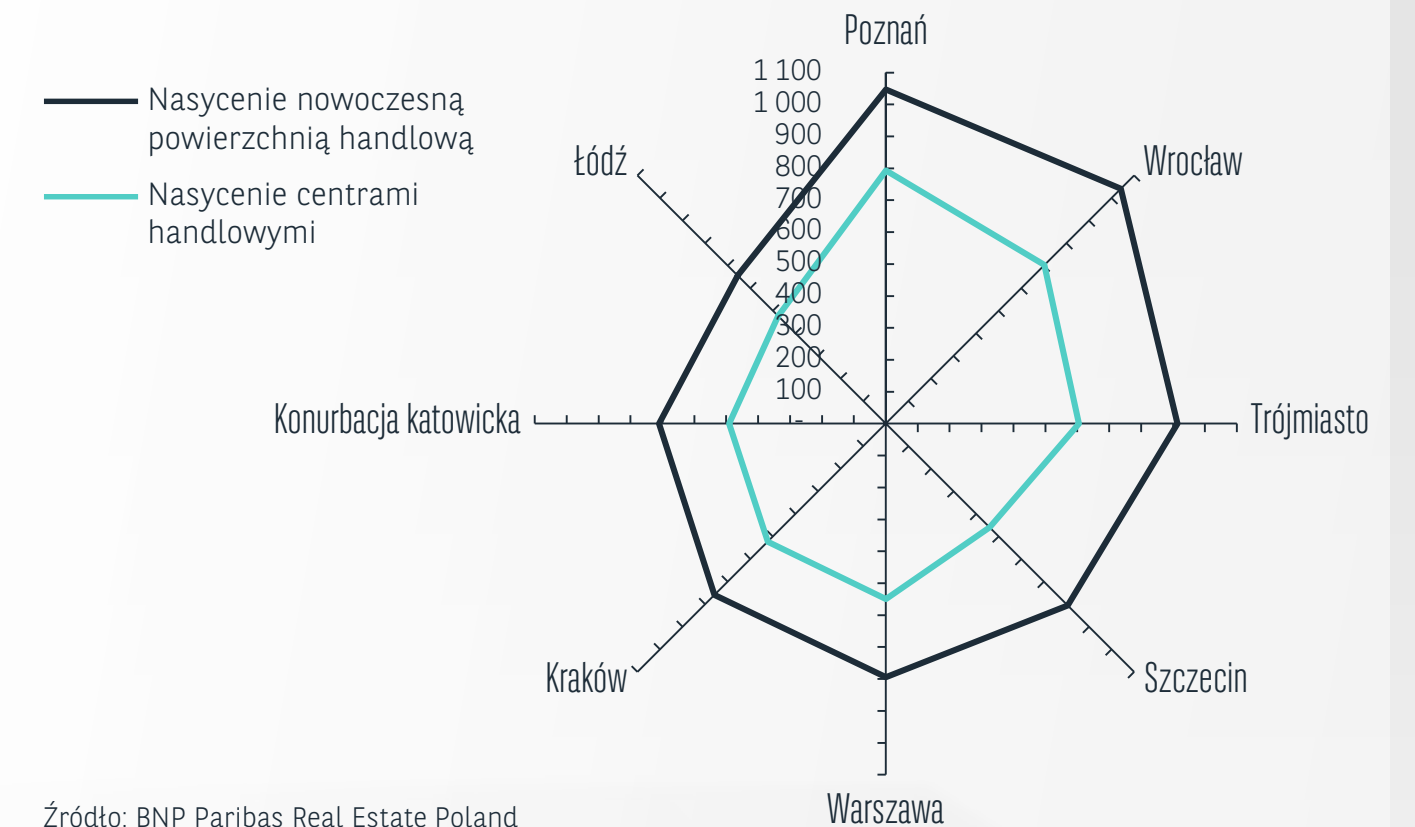
zmiana % r/r, 2020/2019  
i 2021/2020, w cenach stałych

**AT A GLANCE** II kw. 2021



## Nasylenie powierzchnią handlową w głównych aglomeracjach

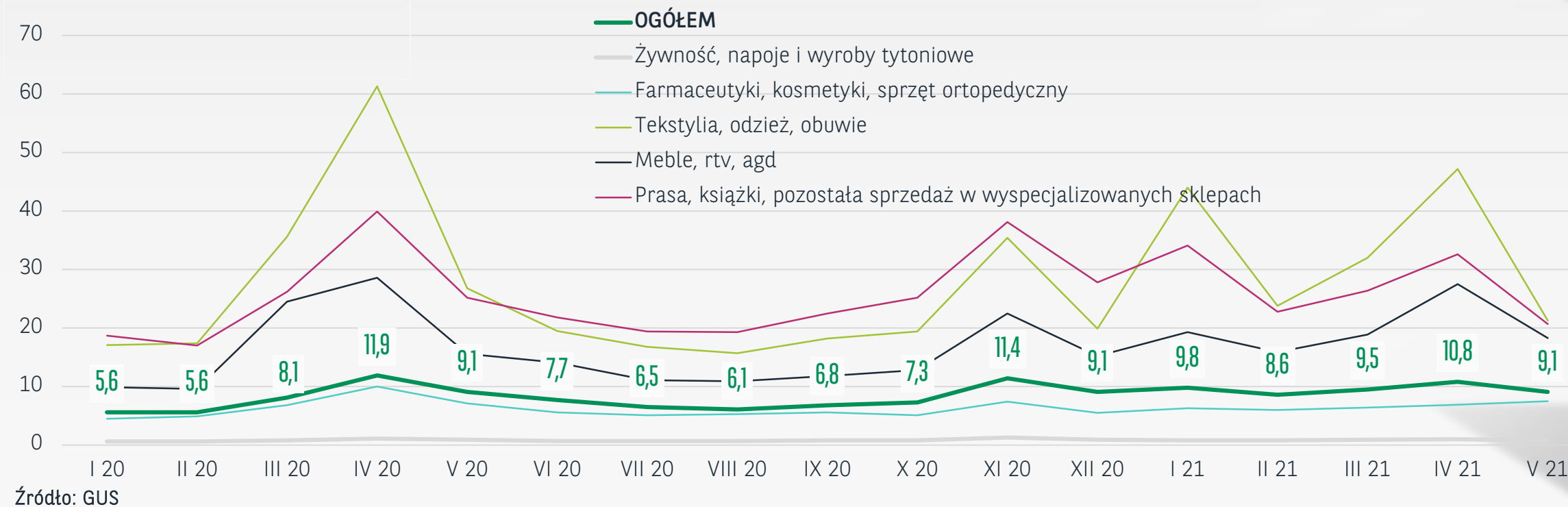
(m<sup>2</sup> powierzchni najmu / 1000 mieszkańców)



**Najwyższe wskaźniki nasycenia nowoczesną powierzchnią handlową odnotowano w aglomeracjach poznańskiej i wrocławskiej, gdzie kształtują się one odpowiednio na poziomie 1047 m kw. i 1041 m kw./1000 mieszkańców, najmniejsze natomiast w konurbacji katowickiej i łódzkiej (odpowiednio 711 m kw. i 656 m kw./1000 mieszkańców).**

## Udział sprzedaży przez internet w sprzedaży detalicznej

(w %; ceny bieżące, 2020-2021)



## Marki ekonomiczne rosną w siłę

**Cztery lockdowny branży handlowej i przedłużające się ograniczenia wynikające z pandemii, wpłynęły na zachowania i potrzeby klientów. Niepewność jutra i niestabilna sytuacja na rynku pracy, dodatkowo wzmocniły ten trend.** Polscy konsumenci w okresie pandemii baczniej zwracają uwagę na ceny towarów, co skutkuje prężnym rozwojem marek ekonomicznych, takich jak: Pepco, KiK, Dealz, Action czy Tedi, które charakteryzują się bogatą ofertą produktową i atrakcyjnymi cenami, zwłaszcza w porównaniu do innych sklepów. Dodatkowym atutem marek ekonomicznych jest to, że na swoje lokalizacje wybierają zwykle obiekty mniejsze typu „convenience”, które w ostatnim czasie cieszą się największym zainteresowaniem zarówno deweloperów, jak i klientów. Centra lokalne i parki handlowe okazały się najbardziej odporne na kryzys, jako wyłączone z rozporządzenia ograniczającego działalność centrów handlowych.

## Komentarz eksperta



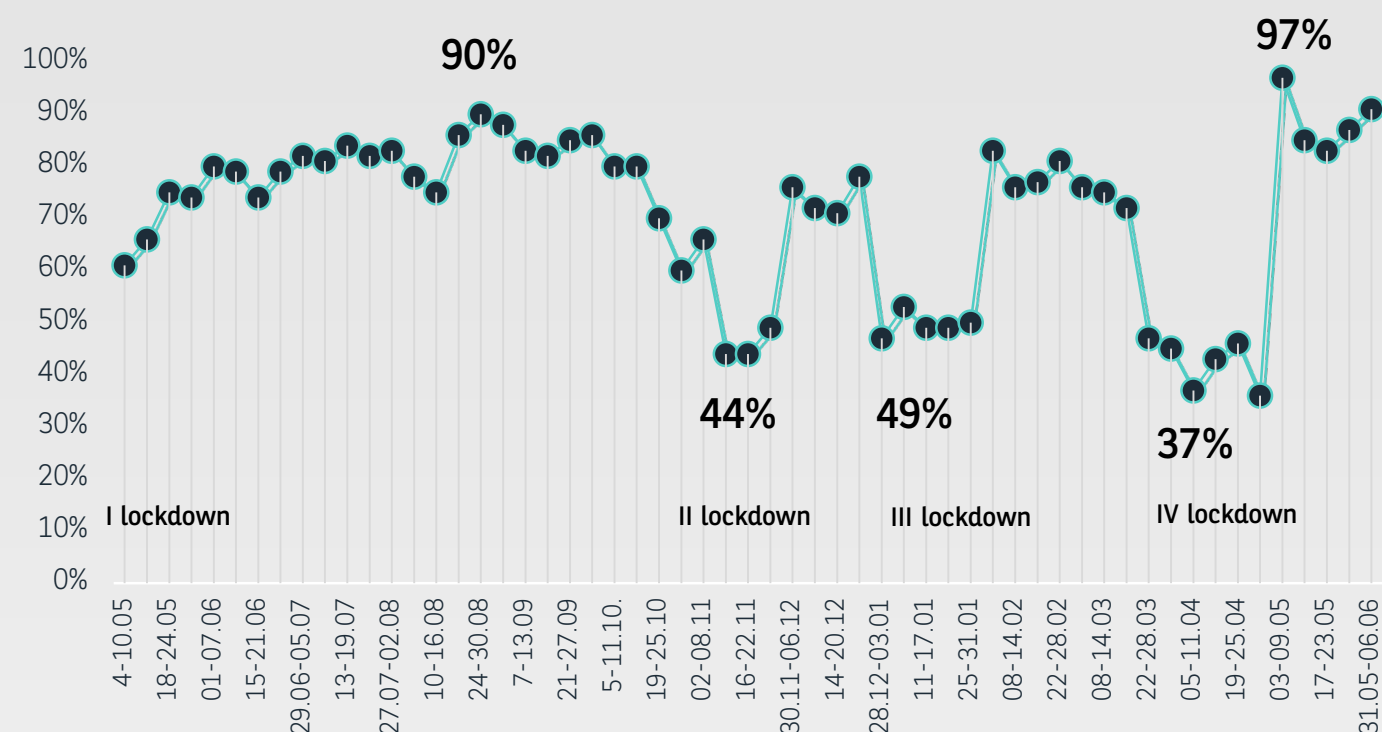
### Małgorzata Fibakiewicz

Dyrektor Działu  
Business Intelligence Hub & Consultancy

W maju na rynku polskim zadebiutowała nowa sieć z kategorii off-price, HalfPrice należąca do grupy CCC. W asortymencie sieci znajdują się: odzież, obuwie, akcesoria, kosmetyki, zabawki oraz dodatki do domu w cenach obniżonych względem cen regularnych. Tym samym sieć stanie się konkurentem dla działających od ponad dekady sklepów TK Maxx. Coraz większe znaczenie nabiera idea „zero waste” – w maju Auchan wprowadził w 5 sklepach model sprzedaży tekstyliów w ramach gospodarki obiegu zamkniętego. Oprócz dostępnych już kolekcji odzieżowych (np. marki własnej InExtenso), klienci mogą kupić używane, sprawdzone, czyste i posortowane ubrania innych, znanych marek w opcji second hand w niskich cenach.

## Odwiedzalność centrów handlowych

% odwiedzalności: maj – grudzień 2020 r. w porównaniu do 2019 r., styczeń – luty 2021 r. w porównaniu do 2020 r., marzec i kolejne miesiące 2021 r. w porównaniu do 2019 r.



Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland, na podstawie danych PRCH

## AT A GLANCE

II kw. 2021

### AUTOR

Klaudia Okoń  
Konsultant,  
Dział Business Intelligence Hub & Consultancy  
[klaudia.okon@realestate.bnpparibas](mailto:klaudia.okon@realestate.bnpparibas)

### KONTAKTY

Fabrice Paumelle  
Dyrektor Działu Powierzchni Handlowych  
[fabrice.paumelle@realestate.bnpparibas](mailto:fabrice.paumelle@realestate.bnpparibas)

Natasa Mika  
Dyrektor Działu Wynajmu Powierzchni Handlowych  
[natasa.mika@realestate.bnpparibas](mailto:natasa.mika@realestate.bnpparibas)

Anna Pływacz  
Zastępca Dyrektora  
Dział Wynajmu Powierzchni Handlowych  
[anna.plywacz@realestate.bnpparibas](mailto:anna.plywacz@realestate.bnpparibas)

Mateusz Skubiszewski, MRICS  
Dyrektor Działu Rynki Kapitałowe Polska  
[mateusz.skubiszewski@realestate.bnpparibas](mailto:mateusz.skubiszewski@realestate.bnpparibas)

Małgorzata Fibakiewicz  
Dyrektor Działu Business Intelligence Hub & Consultancy  
[malgorzata.fibakiewicz@realestate.bnpparibas](mailto:malgorzata.fibakiewicz@realestate.bnpparibas)



All rights reserved. At a Glance is protected in its entirety by copyright. No part of this publication may be reproduced, translated, transmitted, or stored in a retrieval system in any form or by any means, without the prior permission in writing of BNP Paribas Real Estate.

KEEP UP-TO-DATE WITH  
BNP PARIBAS REAL ESTATE'S NEWS,  
WHEREVER YOU ARE



[www.realestate.bnpparibas.com](http://www.realestate.bnpparibas.com)  
#BEYONDBUILDINGS

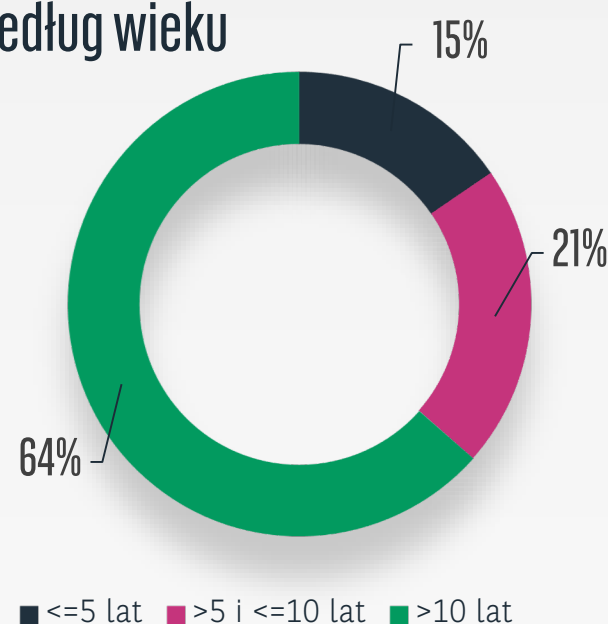
Erik Drukker  
Prezes Zarządu  
Europa Środkowo-Wschodnia  
[erik.drukker@realestate.bnpparibas](mailto:erik.drukker@realestate.bnpparibas)

Michał Pszkit  
Dyrektor Działu Zarządzania  
Nieruchomościami  
Europa Środkowo-Wschodnia  
Członek Zarządu  
[michal.pszkit@realestate.bnpparibas](mailto:michal.pszkit@realestate.bnpparibas)

Izabela Mucha, MRICS  
Dyrektor Działu Wycen  
Europa Środkowo-Wschodnia  
[izabela.mucha@realestate.bnpparibas](mailto:izabela.mucha@realestate.bnpparibas)

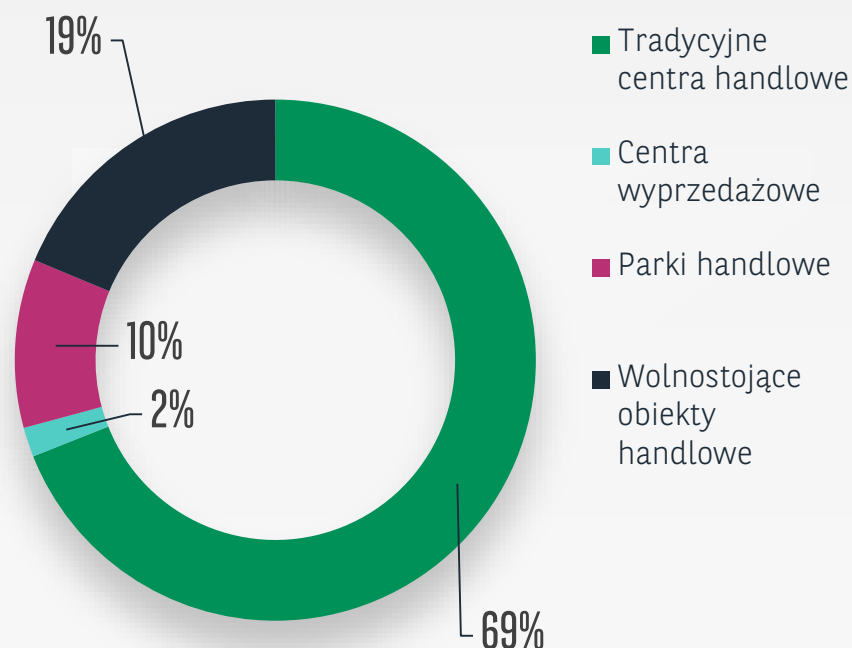
BNP Paribas Real Estate  
Poland Sp. z o.o.  
ul. Grzybowska 78,  
00-844 Warszawa  
Tel. +48 22 653 44 00  
[www.realestate.bnpparibas.pl](http://www.realestate.bnpparibas.pl)

## Podział nowoczesnej powierzchni handlowej według wieku



Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

## Podział nowoczesnej powierzchni handlowej według formatów



Źródło: BNP Paribas Real Estate Poland

” Niemiecki gigant handlowy DM-Drogerie oficjalnie potwierdził swoje plany ekspansji na naszym rynku. Polska będzie 14 europejskim rynkiem na którym otworzy swoje drogerie.

” 26 maja Pepco zadebiutowało na Giełdzie Papierów Wartościowych. Jest to największy tegoroczny debiut na polskim parkiecie.

” Centra Handlowe włączyły się w akcję promocji szczepień przeciwko COVID-19. Obecnie działa 9 pilotażowych punktów szczepień na terenie centrów handlowych i planowane jest uruchomienie kolejnych.