

ROZWÓJ CENTRÓW HANDLOWYCH W EUROPIE

Raport firmy Cushman & Wakefield



LISTOPAD 2014



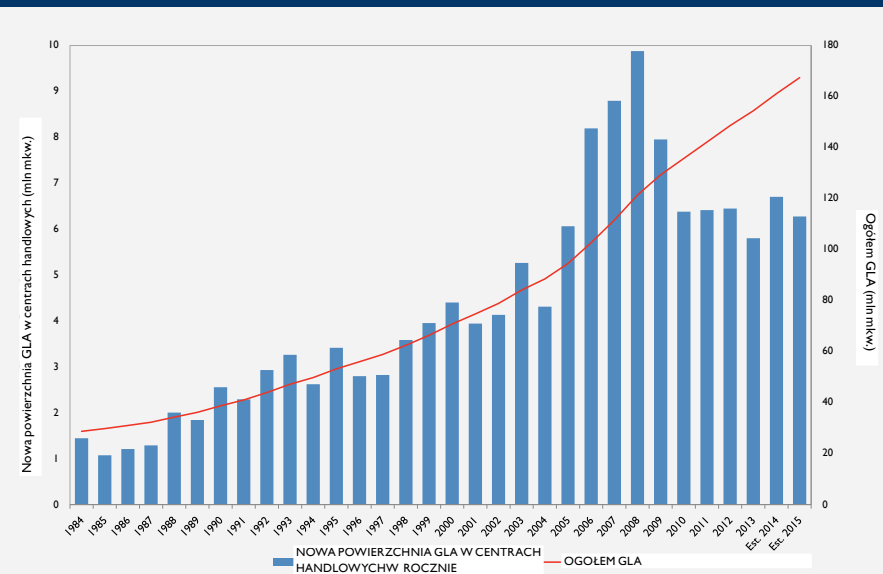
WSTĘP

Pod koniec 2014 r. łączne zasoby powierzchni w centrach handlowych Europy mogą wynieść 161,4 mln mkw., co oznaczałoby wzrost o 4,5% rok do roku. Na Europę Zachodnią przypadnie 65% wybudowanej powierzchni GLA, ale w pierwszej połowie 2014 r. nowa podaż w Europie Środkowo-Wschodniej wyniosła 1,4 mln mkw., czyli ponad dwukrotnie więcej niż w Europie Zachodniej, gdzie oddano do użytku 637 000 mkw. W pierwszym półroczu w Rosji i Turcji wybudowano 1,1 mln mkw. nowej powierzchni handlowej, ponieważ deweloperzy dążą do zmniejszenia dystansu wobec Europy Zachodniej coraz częściej budują większe centra handlowe o dużym zasięgu oddziaływania. Natomiast w innych krajach Europy Środkowej takich jak Łotwa i Litwa rynek centrów handlowych rozwija się wolniej ze względu na postępujący spadek liczby ludności.

Pod względem aktywności deweloperskiej w Europie Zachodniej utrzymuje się zainteresowanie dużymi centrami handlowymi o bogatej ofercie rozrywkowo-gastronomicznej, a także mniejszymi obiektami handlowymi, które są rozbudowywane zgodnie z oczekiwaniami konsumentów. Rozwój sprzedaży wielokanałowej również odgrywa istotną rolę w strategiach deweloperów, którzy często testują nowe technologie, aby możliwie jak najskuteczniej zachęcić klientów do przejścia ze świata wirtualnego do sklepu tradycyjnego. Na tych rynkach centra handlowe stają się obiektami, w których klienci mogą nie tylko zrobić zakupy w różnych sieciach handlowych, lecz także spędzić wolny czas i skorzystać z rozbudowanej oferty obiektów gastronomicznych.

Pod koniec trzeciego kwartału 2014 r. łączna wartość transakcji inwestycyjnych w Europie wzrosła o 16% do poziomu 12,5 mld euro, a na tzw. wielką trójkę, czyli Wielką Brytanię, Francję i Niemcy, przypadło 7,75 mld euro. Przy niewielkiej podaży aktywów wysokiej jakości uwidocznił się silny popyt ze strony inwestorów zarówno krajowych, jak i zagranicznych, powodując dalszą polaryzację rynków pierwszo- i drugorzędnych. Począwszy od pierwszego kwartału aktywność inwestycyjna w Europie Środkowo-Wschodniej znacząco się zmniejszyła ze względu na obawy związane z napiętą sytuacją polityczną w regionie. Jednak inwestorzy oportunistyczni ponownie zaczynają interesować się rynkami o niskim wskaźniku nasycenia centrami handlowymi takimi jak Sofia i Bukareszt, a najbardziej atrakcyjne centra na rynkach drugorzędnych reprezentują ich zdaniem coraz większą wartość.

EUROPA: POWIERZCHNIA GLA W CENTRACH HANDLOWYCH



Źródło: Cushman & Wakefield

EUROPA ZACHODNIA

Jednym z czynników rozwoju centrów handlowych w Europie Zachodniej była poprawa nastrojów konsumentów widoczna od początku 2014 r., dzięki czemu na dużych rynkach, takich jak Francja, Niemcy, Włochy, Hiszpania i Wielka Brytania, odnotowano znaczny wzrost liczby dużych obiektów, a zwłaszcza centrów ponadregionalnych.

WIELKOŚĆ RYNKU

Według stanu na dzień 1 lipca 2014 r. łączne zasoby powierzchni w centrach handlowych Europy Zachodniej wynosiły 107,1 mln mkw. Francja jest nadal największym rynkiem z zasobami na poziomie 17,6 mln mkw. GLA oraz pod względem powierzchni w przygotowaniu – w budowie jest obecnie 904 000 mkw. powierzchni, która ma zostać oddana do użytku w okresie od II połowy bieżącego roku do 2015 r. Na drugim miejscu z 16,98 mln mkw. znalazła się Wielka Brytania, w której w powyższym okresie powstanie jednak mniej nowej powierzchni niż w Niemczech, Szwecji i we Włoszech.

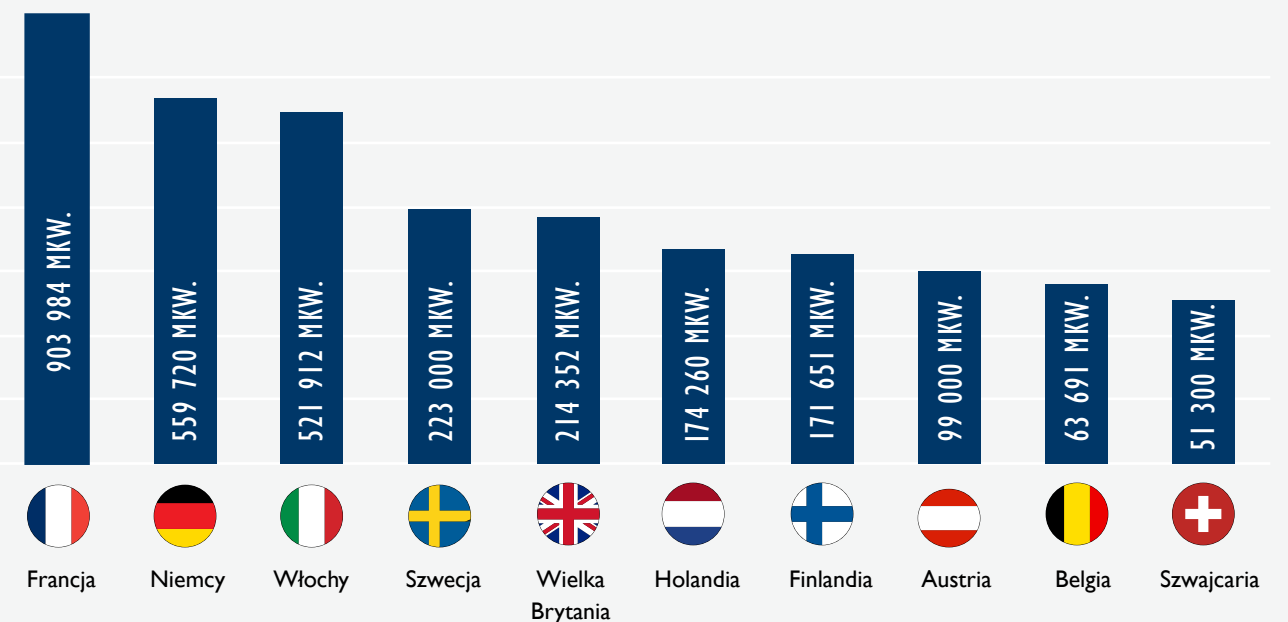
W pierwszej połowie 2014 r. w Europie Zachodniej oddano do użytku 637 000 mkw. powierzchni w 24 nowych i 15 rozbudowanych centrach handlowych, czyli więcej niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. W drugim półroczu ma się zakończyć budowa kolejnych 47 i rozbudowa 45 istniejących obiektów o łącznej powierzchni 1,09 mln mkw., co stanowi mniej niż połowę nowej podaży w drugiej połowie 2013 r. Niemniej jednak aktywność deweloperska wzrosła ponownie w 2015 r., w którym powstanie prawie 2,1 mln mkw., z czego 80% w nowych centrach handlowych.

IM WIĘKSZE, TYM LEPSZE

W Europie Zachodniej działalność deweloperska koncentruje się wokół dużych i ekskluzywnych centrów handlowych i wzrasta znaczenie obiektów o charakterze ponadregionalnym. Ze względu na sukces w Wielkiej Brytanii ponadregionalnych centrów handlowych takich jak Bluewater oraz intu Trafford Centre w innych krajach także powstają tego typu obiekty, między innymi zaplanowany na drugą połowę br. The Mall of Berlin (210 000 mkw. GLA) i faza I kompleksu Westfield Milan o powierzchni 170 000 mkw., którego otwarcie przewidziano na 2017 r.

Przeprowadzane rozbudowy i modernizacje również wynikają z chęci stworzenia większych obiektów wysokiej jakości z bogatszą ofertą kulturalno-rozrywkową. Jedną z najbardziej innowacyjnych propozycji jest rozbudowa o 15 000 mkw. paryskiego centrum Forum des Halles, które dwukrotnie powiększy swoją bibliotekę i konserwatorium oraz wzbogaci się o centrum hip-hopu i powierzchnię warsztatową dla początkujących artystów. Hipermarkety także przechodzą modernizację i rozbudowę, aby wyjść naprzeciw oczekiwaniom klientów poszukujących nowych, ciekawych sklepów – świadczy o tym między innymi rozbudowa Carrefour Amiens o 12 000 mkw., której ukończenie zaplanowano na 2015 r.

CENTRA HANDLOWE W PRZYGOTOWANIU W EUROPIE ZACHODNIEJ (II POŁ. 2014-2015)



Źródło: Cushman & Wakefield. Graf do celów ilustracyjnych.



STRATEGIE WIELOKANAŁOWE

Ze względu na dalszy rozwój sektora sprzedaży internetowej w Europie Zachodniej deweloperzy centrów handlowych testują obecnie innowacje cyfrowe, które mogłyby usprawnić prowadzenie sprzedaży wielokanałowej. Firma deweloperska ECE uruchomiła dwa laboratoria przyszłości (Future Labs), w których testowanych będzie kilka nowych rozwiązań technologicznych, w tym aplikacja na smartfony z systemem punktów i voucherów, przewodnik 3D „Your Way2go” oraz stanowiska „Info Gate”, gdzie pracownicy odpowiadają na pytania gości za pomocą strumienia wideo na żywo. Inni deweloperzy, m.in. Sonae Sierra, uruchomili platformy internetowe takie jak PromoFans w Portugalii i Hiszpanii, które powiadają klientów o aktualnie oferowanych przez sklepy rabatach cenowych. Natomiast w Wielkiej Brytanii klienci centrów handlowych Highcross Leicester i The Oracle w Reading mogą korzystać z aplikacji Kudos, dzięki której po zarejestrowaniu się mogą otrzymać rabaty na interesujące ich produkty w sklepach takich jak Levis i Debenhams oraz w restauracjach Nando's.

Media społecznościowe również zaczęły odgrywać ważną rolę w przyciąganiu klientów do centrów handlowych, czego przykładem jest mostek z umieszczonym na podłodze cyfrowym „fortepianem” w centrum intu Watford, na którym kupujący mogą grać i zamieszczać o tym wpisy na Twitterze. Centra handlowe intu Watford i intu Lakeside planują również pilotażowo wprowadzić duże tablety, dzięki którym klienci korzystając z darmowego WiFi będą mogli kupować produkty i później odbierać je w sklepie.

Jednak jednym z rozwiązań technologicznych o potencjalnie największym wpływie na sektor handlowy są tzw. beacons oparte na urządzeniach Bluetooth Low Energy. Beacons mogą wysyłać na smartfony przechodzących obok klientów informacje o danej lokalizacji, a także ofertach, rabatach, rekomendacjach i nagrodach dla klientów. Technologia ta była testowana głównie w Stanach Zjednoczonych, między innymi w sklepach takich jak Macy's w listopadzie 2013 r., ale w marcu bieżącego roku start-up technologiczny TagPoints wprowadził TagBeacons w centrum handlowym Swan Centre w miejscowości Eastleigh w Wielkiej Brytanii. System ten skonfigurowano z aplikacją lojalnościową Swan Centre SmartRewards. Po przybyciu do centrum klienci otrzymują 10 punktów na konto lojalnościowe, które mogą wykorzystać razem z ofertami rabatowymi.

POTENCJAŁ WZROSTU

Mniejsze rynki handlowe Europy Zachodniej rozwijają się mniej dynamicznie, często wskutek ograniczeń w zakresie planowania przestrzennego lub wolniejszego tempa wychodzenia z kryzysu finansowego. W Belgii na przykład przygotowywane są trzy duże projekty, ale dotychczas rozpoczęła się budowa tylko centrum handlowego Docks Brussel o powierzchni 41 000 mkw., które zostanie otwarte w 2016 r. Natomiast nie rozpoczęto realizacji dwóch pozostałych, tj. Uplage i Mall of Europe, ze względu postępowania odwoławcze od decyzji administracyjnych, spory polityczne i opóźnienia. Z kolei w portugalskim mieście Setubal hipermarket Jumbo powiększy się do końca bieżącego roku o zaledwie 7000 mkw., co świadczy o nadal ograniczonej aktywności deweloperskiej na rynku centrów handlowych w Portugalii, która dopiero wychodzi z kryzysu gospodarczego.

Niemniej jednak deweloperzy z coraz większym optymizmem spoglądają na rynek portugalski i rzadziej decydują się na redukcję kosztów i wielkości projektów. Grecki rynek centrów handlowych nadal znajduje się w stagnacji. Łączne zasoby tego kraju wynoszą zaledwie 606 125 mkw. i nie powstają obecnie żadne nowe obiekty. Ograniczona podaż lokali o powierzchni ponad 500 mkw. przy głównych ulicach handlowych zmusiła międzynarodowe sieci do poszukiwania możliwości najmu w centrach handlowych, a dzięki stabilnym wskaźnikom odwiedzalności w czasie kryzysu finansowego zyskały one na znaczeniu na greckim rynku handlowym. Do największych obiektów handlowych planowanych w państwach basenu Morza Śródziemnego należy nowe centrum Hellinikon, które zamierza wybudować na terenie dawnego lotniska w Atenach firma Lamda Development. Plany te są jednak nadal mało zaawansowane.

WZROST WOLUMENU TRANSAKCYJ INWESTYCYJNYCH

Łączna wartość transakcji inwestycyjnych w sektorze centrów handlowych Europy Zachodniej w pierwszych trzech kwartałach wyniosła 11,2 mld euro, co oznacza wzrost w skali roku o 60%. Ponownie najwięcej zainwestowano w krajach tzw. wielkiej trójki, czyli w Wielkiej Brytanii, Francji i Niemczech, na które przypadło 69% łącznych inwestycji w regionie. Szczególnie duży wolumen obrotów w tym okresie odnotowano w Wielkiej Brytanii – ponad 4,7 mld euro, a do największych transakcji można zaliczyć zakup 30% udziałów w centrum handlowym Bluewater przez Land Securities za 656 mln funtów szterlingów (ok. 837 mln euro) oraz 40% udziałów w centrum Highcross Leicester przez Hammerson za 172 mln funtów szterlingów (ok. 219,5 mln euro).

Na uwagę zasługują również transakcje zawarte we Francji, w tym między innymi sprzedaż centrum handlowego Beaugrenelle w Paryżu konsorcjum utworzonemu przez Apsys, Fonciere du Rond Point i Michaela Benabou za 700 mln euro oraz zakup 75% udziałów w centrum Saint Sébastien w Nancy przez firmę Hammerson za 177,1 mln euro, co świadczy o jej trwałym zaangażowaniu w rewitalizację przestrzeni miejskiej we Francji. Z kolei w Niemczech największe transakcje ostatnich trzech kwartałów to zakup 50% udziałów w centrum handlowym Centro w Oberhausen przez Unibail Rodamco za 535 mln euro oraz przejęcie luksusowej galerii Kö-Galerie w Düsseldorfie przez Allianz RE Germany za kwotę 300 mln euro. Wobec coraz mniejszej podaży obiektów wysokiej jakości i rosnącej polaryzacji pomiędzy aktywami najlepszymi i drugorzędnymi inwestorzy nadal najbardziej interesują się dużymi centrami o wysokim standardzie na tych trzech rynkach, zwłaszcza zlokalizowanymi w większych miastach lub o charakterze regionalnym z dużym zasięgiem oddziaływania.

Jednak największe wzrosty wolumenu transakcji inwestycyjnych odnotowano na rynkach takich jak Hiszpania, ponieważ inwestorzy chętniej podejmują ryzyko i w planach inwestycyjnych uwzględniają także inne rynki. W Hiszpanii wartość obrotów wzrosła aż o 1026% rok do roku i wyniosła 1,1 mld euro za pierwsze trzy kwartały, czyli tyle samo co we Francji. Wobec silnego wzrostu gospodarczego wzrósł także popyt wśród inwestorów zagranicznych, którzy odpowiadają za ponad połowę wolumenu inwestycji. Do najważniejszych transakcji na hiszpańskim rynku zaliczyć można zakup centrum handlowego Islazul w Madrycie przez firmę TIAA Henderson za 230 mln euro oraz centrum El Boulevard w mieście Vitoria przez Nationale Nederlanden za 153 mln euro.



EUROPA ŚRODKOWO-WSCHODNIA

Najwięcej nowych centrów handlowych w Europie nadal powstaje w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, zwłaszcza w Rosji i Turcji, na które do końca 2014 r. przypadnie 81% nowej podaży. Głównymi czynnikami rozwoju rynku w bieżącym roku są wzrost gospodarczy i postępująca urbanizacja, ponieważ deweloperzy dostrzegają potencjał gęsto zaludnionych regionów, w których brakuje obiektów wysokiej jakości.

WIELKOŚĆ RYNKU

W pierwszej połowie 2014 r. łączne zasoby powierzchni w centrach handlowych Europy Środkowo-Wschodniej wyniosły 53,5 mln mkw. Największym rynkiem z 17,5 mln mkw. jest Rosja, w której w okresie od II połowy 2014 r. do 2015 r. powstanie 4,57 mln mkw. nowej powierzchni. Na drugim miejscu pod względem ilości wybudowanej powierzchni w centrach handlowych znalazła się Turcja z 9,5 mln mkw., a tuż za nią – Polska, która dysponuje 9,3 mln mkw. powierzchni handlowej.

W pierwszej połowie 2014 r. w Europie Środkowo-Wschodniej powstało 1,4 mln mkw. powierzchni w 15 nowych i 15 rozbudowanych lub zmodernizowanych centrach handlowych, czyli więcej niż w analogicznym okresie rok wcześniej, ale mniej niż w drugim półroczu 2013 r., w którym wybudowano 2,1 mln mkw. W drugiej połowie bieżącego roku nowa podaż może wynieść 3,9 mln mkw. powierzchni, która zostanie oddana do użytku w 17 nowych i 15 rozbudowywanych lub modernizowanych obiektach, co oznaczałoby wzrost o 85% w porównaniu z drugim półroczem ubiegłego roku. W 2015 r. nieznacznie osłabnie tempo rozwoju rynku centrów handlowych w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, której zasoby powiększą się zapewne tylko o nieco ponad 4,2 mln mkw. Wynika to głównie ze spowolnienia działalności deweloperskiej w Rosji. Natomiast w Turcji, Estonii i Rumunii przewiduje się wzrost aktywności deweloperów.

SZYBKI WZROST NA RYNKU EUROPY ŚRODKOWO-WSCHODNIEJ

W 2014 r. utrzymała się wysoka dynamika aktywności deweloperskiej w Europie Środkowo-Wschodniej w reakcji na rosnący popyt konsumentów i niewielkie nasycenie nowoczesną powierzchnią na wielu rynkach. Najwięcej nowej powierzchni powstało w Rosji i Turcji, co wynikało z rozwoju gospodarczego oraz wzrostu przychodów konsumentów i popytu na obiekty wysokiej jakości ze strony międzynarodowych sieci handlowych. Pod koniec bieżącego roku w Moskwie zostanie oddane do użytku największe w Europie centrum handlowe: Avia Park o powierzchni 230 000 mkw. Pierwsza połowa 2014 r. była okresem dynamicznego rozwoju centrów handlowych także w Polsce. Świadczy o tym między innymi otwarcie w Lublinie Atrium Felicity o powierzchni 75 000 mkw., które stanowiło jedną trzecią łącznej podaży w pierwszym półroczu. Jednak większy udział w nowej podaży miały centra handlowe średniej wielkości w miastach do 100 tys. mieszkańców takich jak Siedlce i Ostrołęka, w których oddano do użytku odpowiednio Galerię Siedlce (34 000 mkw.) i Galerię Bursztynową (27 000 mkw.).

Powyższe inwestycje realizowane przez deweloperów w bieżącym roku świadczą o zrnianiu strategii działalności w porównaniu z 2013 r., w którym nowe centra handlowe powstawały w znacznie większych miastach takich jak Poznań, Katowice, Kraków i Gliwice. W Warszawie, która ma jeden z najniższych w Polsce wskaźników podaży powierzchni handlowej na 1000 mieszkańców, jest miejsce na duże nowe centra handlowe. Jednak obecnie w stolicy w budowie jest 12 500 mkw. powierzchni w galerii Ferio Wawer, zaplanowanej na rok 2015, oraz prowadzone są 2 rozbudowy istniejących centrów: Wola Park i Factory Ursus.



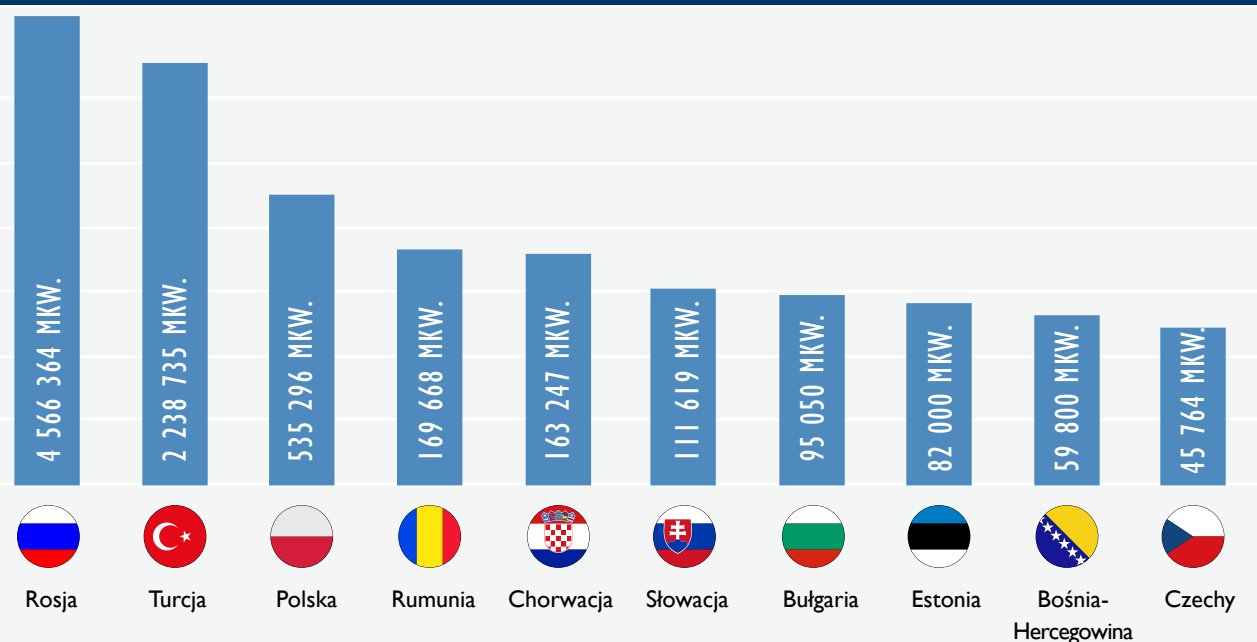
TURCJA

Rynek centrów handlowych w Turcji nadal dynamicznie się rozwija i do końca bieżącego roku zasoby powierzchni w tym kraju powiększą się o 77 400 mkw. Sprzyjają temu wzrost przychodów mieszkańców i rosnąca klasa średnia, a także to, że ponad 60% ludności nie przekroczyło 35. roku życia. W 2014 r. powstawały przede wszystkim bardzo duże centra handlowe z bogatą ofertą rozrywkowo-gastronomiczną, przyciągające młodsze pokolenie i całe rodziny.

Spośród najważniejszych obiektów oddanych do użytku w 2014 r. na uwagę zasługuje Mall of Istanbul o powierzchni 155 000 mkw. Znalazły się w nim nie tylko sklepy 350 krajowych i zagranicznych sieci handlowych, lecz także park rozrywki, uliczka rzemiosł tradycyjnych z interaktywnym muzeum, multiplex z 16 salami oraz strefa gastronomiczna. Tak jak w przypadku innych popularnych centrów handlowych w Stambule, w tym Zorlu Centre (70 000 mkw.) otwartym w czwartym kwartale 2013 r., Mall of Istanbul oferuje także mieszkania (121 400 mkw.), biura (34 200 mkw.) i usługi pięciogwiazdkowego hotelu. Z tego względu centra takie stają się miastem w mieście, zaspokajając wszystkie potrzeby życia codziennego. W Stambule powstają obecnie kolejne obiekty tego typu, w tym między innymi zaplanowany na 2015 r. Akasya Park (100 000 mkw.) oraz luksusowe centrum Emaar Square (150 000 mkw.), które zostanie oddane do użytku w 2016 r.

Stambuł jest głównym rynkiem działalności deweloperskiej w Turcji, ale deweloperzy tacy jak Turkmall realizują inwestycje również w miastach średniej wielkości – do końca bieżącego roku otwarte zostaną trzy centra handlowe: Troya Park w Çanakkale, Symbol 262 w Kocaeli i Novada Konya w Konya. Po otwarciu kilku bardzo dużych obiektów w ostatnich latach aktywność deweloperska może się obecnie skupić także na rewitalizacji starszych centrów handlowych, na co wskazuje rozpoczęta w bieżącym roku rozbudowa o 14 600 mkw. obiektu Via Port w Stambule oraz plany wybudowania dodatkowo ok. 50 000 mkw. powierzchni handlowej na terenie całego kraju.

CENTRA HANDLOWE W PRZYGOTOWANIU W EUROPIE ŚRODKOWO-WSCHODNIEJ (II POŁ. 2014-2015)



Źródło: Cushman & Wakefield. Graf do celów ilustracyjnych.

NASYCENIE CENTRAMI HANDLOWYMI I SPADEK LICZBY LUDNOŚCI

W innych krajach Europy Środkowo-Wschodniej rynek centrów handlowych rozwijał się wolniej, a w niektórych przypadkach zaznaczył się wpływ nadpodaży powierzchni i spadku liczby mieszkańców. Na przykład w Bułgarii aktywność deweloperska spowolniła w ostatnim czasie ze względu na zbyt liczne inwestycje w miastach drugorzędnych, ponieważ deweloperzy są zainteresowani budową centrów handlowych w zasięgu oddziaływania jednego z siedmiu miast liczących ponad 100 tys. mieszkańców. Podobny problem mają Czechy, gdzie deweloperzy podejmują ryzyko i budują większe centra handlowe w lepszych lokalizacjach, aby zachować przewagę konkurencyjną. Jednak zarówno w Bułgarii, jak i w Czechach rozwój rynku centrów handlowych będzie nadal koncentrować się w bardziej centralnych lokalizacjach – niedawno otwarte zostały dwa nowe obiekty w Plewen i Sofii o łącznej powierzchni 41 500 mkw., a w centrum Pragi o bardzo niskiej podaży powierzchni handlowej będą rozpoczynane kolejne inwestycje.

Wśród państw bałtyckich tylko w Estonii odnotowano aktywność deweloperską w 2014 r. Pod koniec bieżącego roku ma zakończyć się tam rozbudowa o 25 000 mkw. centrum handlowego Ülemiste, które docelowo będzie dysponować ponad 60 000 mkw. powierzchni GLA. Natomiast na Łotwie i Litwie nie przewiduje się budowy nowej powierzchni w latach 2014-2015, częściowo ze względu na zmniejszającą się liczbę ludności na rynkach regionalnych. Wskaźnik podaży powierzchni handlowej na jednego mieszkańca jest nadal poniżej średniej unijnej, co oznacza, że jest miejsce na dalsze inwestycje, które mają jednak szanse powodzenia tylko w dużych miastach. Brak nowoczesnej powierzchni handlowej w największych miastach Rumunii zachęcił deweloperów do aktywności na rynku. W 2015 r. oddane zostaną do użytku trzy nowe centra handlowe o łącznej powierzchni prawie 200 000 mkw., przy czym największym będzie Mega Mall w Bukareszcie (70 000 mkw.).

SPADEK AKTYWNOŚCI NA RYNKU INWESTYCYJNYM

Silne ożywienie działalności deweloperskiej w regionie Europy Środkowo-Wschodniej nie przełożyło się dotychczas na wzrost aktywności na rynku inwestycyjnym, a wartość transakcji inwestycyjnych w sektorze centrów handlowych zmniejszyła się o 64% rok do roku i wyniosła 1,2 mld euro. Spadek aktywności inwestorów odnotowano na wszystkich rynkach z wyjątkiem Bułgarii, gdzie wolumen obrotów wzrósł do 90 mln euro, głównie za sprawą rosnącego zainteresowania stolicą kraju Sofią. W drugim kwartale firma Revetas Capital Advisors nabyła centrum handlowe City Centre Sofia za kwotę, której wysokości nie ujawniono, oraz poinformowała o zamiarze dalszego inwestowania w kolejne obiekty na terenie Bułgarii. Natomiast w Rumunii wartość transakcji inwestycyjnych zmniejszyła się w skali roku o 40% i pod koniec trzeciego kwartału wyniosła 47,2 mln euro. Niemniej jednak Rumunia jest atrakcyjnym rynkiem dla inwestorów akceptujących wyższe ryzyko, o czym świadczy niedawny zakup centrum handlowego Promenada Mall w Bukareszcie przez NEPI za 148 mln euro.

Rosja jest nadal największym rynkiem w regionie pod względem inwestycji w centra handlowe, mimo iż wartość obrotów w tym kraju w pierwszych trzech kwartałach 2014 r. spadła o prawie 70% do poziomu 556,5 mln euro wskutek niepewności inwestorów co do ostatecznego rozstrzygnięcia napięć geopolitycznych. Pomimo dość stabilnego popytu ze strony inwestorów zagranicznych (ze względu na ograniczoną podaż atrakcyjnych nieruchomości) wolumen transakcji inwestycyjnych w Polsce zmniejszył się o 55% i wyniósł pod koniec trzeciego kwartału 370,5 mln euro. Do największych transakcji należy zaliczyć zakup centrum handlowego Poznań City Center przez Resolution Property Plc od TriGranit Development Corp i Polskich Kolei Państwowych oraz zaplanowany na czwarty kwartał bieżącego roku zakup centrum Focus Park w Bydgoszczy za 122 mln euro przez Atrium European Real Estate.

UDZIAŁ W ŁĄCZNEJ POWIERZCHNI GLA W CENTRACH HANDLOWYCH W 2015 R.

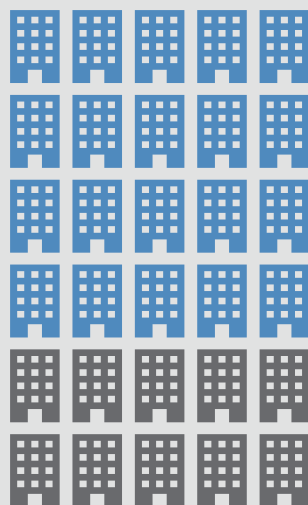
32,5%

EUROPA ZACHODNIA

VS

67,5%

EUROPA ŚRODKOWO-WSCHODNIA



PODSUMOWANIE

Deweloperzy centrów handlowych obecnie modyfikują strategię działania w odpowiedzi na oczekiwania konsumentów, którzy coraz częściej poszukują nowych i atrakcyjnych konceptów handlowych. W bieżącym roku otworzyli już kilka bardzo dużych obiektów, w których więcej powierzchni przeznaczono na funkcje rozrywkowo-kulturalne. Przyszły rok przyniesie wzrost aktywności deweloperskiej w Europie Zachodniej. Jeżeli wszystkie planowane inwestycje zostaną zrealizowane, w 2015 r. może powstać niemal dwukrotnie więcej nowych i rozbudowanych obiektów niż w bieżącym roku – zwłaszcza we Francji, na którą przypada 38% centrów handlowych w przygotowaniu. W krótkiej perspektywie rozbudowy będą nadal cieszyć się dużą popularnością wśród deweloperów zainteresowanych sondowaniem rynku na wczesnym etapie ożywienia gospodarczego, ale w latach 2017-2018 zaczną pojawiać się nowe centra handlowe w wyniku wzrostu zaufania deweloperów do mniejszych rynków.

Jednak restrykcyjne przepisy w zakresie planowania przestrzennego w krajach takich jak Belgia i pogorszenie koniunktury gospodarczej we Włoszech należą do czynników, które mogą spowolnić aktywność deweloperską w średniej perspektywie. W 2015 r. rynek centrów handlowych w Rosji i Turcji będzie się rozwijał nieco wolniej niż dotychczas, a realizacja niektórych inwestycji może zostać opóźniona lub wstrzymana wskutek napiętej sytuacji politycznej w Rosji.

Do najważniejszych czynników wpływających na rozwój centrów handlowych zalicza się wzrost znaczenia handlu internetowego i wdrażanie przez deweloperów coraz bardziej zaawansowanych rozwiązań technologicznych, które posłużą połączeniu wirtualnego świata zakupów ze sklepem tradycyjnym i tworzeniu prawdziwie spersonalizowanej oferty dla każdego klienta. Deweloperzy na dojrzałych rynkach zachodnich już zaczynają doceniać możliwości technologii opartej na beaconach przy generowaniu reklam adresowanych do określonych odbiorców. W najbliższych latach trend ten zacznie przenikać również na rynki Europy Środkowo-Wschodniej.



KONTAKTY



Rosie Rumsey
Research Analyst
Central Research & Consultancy
rosie.rumsey@eur.cushmanwake.com
+44 20 7152 5800



Joanna Tano
Director, Head of Central Research & Consultancy
joanna.tano@eur.cushmanwake.com
+44 20 7152 5944



Justin Taylor
Head of EMEA Retail
justin.taylor@eur.cushmanwake.com
+44 20 7152 5198



Alistair Parker
Partner, London
Development Retail Group
alistair.parker@eur.cushmanwake.com
+44 20 7152 5203

ZASTRZEŻENIA

Definicja centrum handlowego: Cushman & Wakefield definiuje centrum handlowe jako zarządzany centralnie, wielofunkcyjny obiekt handlowy o powierzchni najmu brutto (GLA) ponad 5000 mkw., w którym znajdują się lokale i powierzchnie wspólne. Analiza nie obejmuje centrów wyprzedazowych i parków handlowych. Wszystkie informacje pochodzą z centralnej europejskiej bazy danych firmy Cushman & Wakefield. Wszystkie dane według stanu na dzień 1 lipca 2014 r.

Źródło danych dotyczących wolumenu transakcji inwestycyjnych: Real Capital Analytics (RCA) i Cushman & Wakefield.

W raporcie nie uwzględniono danych dotyczących centrów handlowych na Ukrainie ze względu na sytuację polityczną w tym kraju.

Cushman & Wakefield reprezentuje klientów na każdym etapie procesu najmu i inwestycji w nieruchomości. Firma Cushman & Wakefield została założona w 1917 r. i obecnie zatrudnia ponad 16 000 pracowników w 250 biurach w 60 krajach. Oferuje najemcom i inwestorom pełen zakres zintegrowanych usług dotyczących wszystkich rodzajów nieruchomości na całym świecie, w tym usług w zakresie najmu, sprzedaży i zakupu, finansowania dłużnego i kapitałowego, bankowości inwestycyjnej, usług korporacyjnych, doradztwa i wyceny oraz zarządzania nieruchomościami, obiektami, projektami i ryzykiem. Jest uznanym liderem w dziedzinie badań rynków nieruchomości oraz publikuje informacje i badania rynkowe na stronie cushmanwakefield.com/research-and-insight.

Niniejszy raport został sporządzony wyłącznie w celach informacyjnych. Raport nie stanowi kompletnego opisu rynków ani inwestycji w nim omawianych. Przedstawione informacje pochodzą ze źródeł uważanych za wiarygodne, jednak ich wiarygodność nie może być zagwarantowana. Firma Cushman & Wakefield nie udziela żadnej gwarancji co do prawdziwości ani kompletności informacji zawartych w niniejszym raporcie.

©2014 Cushman & Wakefield LLP. Wszystkie prawa zastrzeżone.

Cushman & Wakefield, LLP
43-45 Portman Square
London W1A 3BG

www.cushmanwakefield.com

