**NAJWIĘKSZA W HISTORII POWIERZCHNIA PARKÓW HANDLOWYCH W BUDOWIE**

**Międzynarodowa agencja doradcza Cushman & Wakefield podsumowała sytuację w sektorze nieruchomości handlowych w Polsce. W odróżnieniu od rynku biurowego i magazynowego, aktywność deweloperów w sektorze handlowym jest bardzo wysoka. Co więcej, powierzchnia parków handlowych w budowie jest najwyższa w historii, a deweloperzy prowadzą intensywną ekspansję w mniejszych miejscowościach. Oznacza to, że rynek powoli wysyca się formatem parków. Ponadto miesiące letnie przyniosły dalsze wzrosty sprzedaży detalicznej. W tym czasie rosły też obroty najemców centrów handlowych.**

**PODAŻ[[1]](#footnote-2): PARKI HANDLOWE LIDEREM NOWEJ PODAŻY**

– *Wyniki za trzeci kwartał wskazują na dość stabilną sytuację po stronie nowej podaży rynku handlowego – w tym czasie wprowadzono bowiem ok. 90 tys. mkw. nowej powierzchni, co jest niemal identycznym wynikiem jak w drugim kwartale, a nowe otwarcia obejmowały głównie parki handlowe.* *Tym samym całkowita nowoczesna powierzchnia handlowa w Polsce sięga obecnie nieco ponad 17 mln mkw.* – komentuje **Ewa Derlatka-Chilewicz, Head of Research Poland**, **Cushman & Wakefield.**

Największym otwartym obiektem handlowym był S1 Włocławek dewelopera Saller o powierzchni 17 000 mkw., który powstał na terenie wyburzonego centrum z dawnym najemcą Tesco. Do obiektów powyżej 10 000 mkw. otwartych pomiędzy lipcem a wrześniem zaliczają się także M Park Ciechanów oraz Przystanek Karkonosze (zlokalizowany we wsi Miłków ok. 3 km od Karpacza). W sumie w trzecim kwartale rynek powiększył się o siedem nowych parków handlowych. Dodatkowo dwa istniejące obiekty w Iławie i Wrocławiu zostały rozbudowane. Ponadto klienci mogą już robić zakupy w dwóch nowo wybudowanych wolnostojących marketach budowlanych Leroy Merlin znajdujących się w Chojnicach i Dzierżoniowie. W trzecim kwartale nie odnotowano żadnego otwarcia ani zamknięcia centrum handlowego.

– *Wolumen realizowanych projektów stale rośnie, a z każdym kwartałem notowane są kolejne rekordy. Na koniec września w budowie znajdowało się aż 618 000 mkw. powierzchni handlowej i tym samym aktywność deweloperska była najwyższa od 2018 roku. Na rynku niezmiennie dominują parki handlowe – obecnie powstaje aż 480 000 mkw. tego typu powierzchni, najwięcej w historii. Około 50% z tej powierzchni znajduje się w miastach i miejscowościach o liczbie mieszkańców nieprzekraczającej 50 tys. osób, zlokalizowanych poza głównymi 30 aglomeracjami, co wskazuje na rosnącą rolę mniejszych rynków handlowych* – dodaje **Ewa Derlatka-Chilewicz.**

**POPYT: SIEDEM DEBIUTÓW NOWYCH MAREK HANDLOWYCH, W TYM TRZY W ZŁOTYCH TARASACH**

Nowe sieci handlowe, do tej pory niedostępne na polskim rynku w formacie stacjonarnych sklepów, otwierają swoje pierwsze placówki i planują dalszą ekspansję. W trzecim kwartale odnotowano siedem debiutów: Carhartt WIP (amerykański brand modowy, pierwsza lokalizacja na Placu Zbawiciela w Warszawie), MiniSo (sklep z akcesoriami i zabawkami w Złotych Tarasach), DRM-LND (personalizowane dodatki i akcesoria w Złotych Tarasach), ZAG Bijoux (biżuteria, Złote Tarasy), dwie ukraińskie marki modowe Ocean (Marszałkowska w Warszawie) i One By One (Posnania) oraz zapachy Almarah Perfumes w Galerii Młociny.

**SPRZEDAŻ DETALICZNA: KONSUMENCI KONCENTRUJĄ SIĘ NA ZAKUPIE DÓBR TRWAŁYCH, OGRANICZAJĄC WYDATKI PODSTAWOWE**

Po bardzo mocnym drugim kwartale, trzeci kwartał przyniósł dalszy wzrost sprzedaży detalicznej, choć dynamika była niższa niż w szczytowym kwietniu.

*– W lipcu sprzedaż detaliczna w cenach stałych wzrosła o 4,8% r/r, a w sierpniu o 3,1% r/r. W sierpniu pozytywnie wyróżniły się kategorie szczególnie ważne dla centrów handlowych, takie jak „Tekstylia, odzież i obuwie” oraz „Meble, RTV, AGD”, które zanotowały wzrost o odpowiednio 18,9% r/r i 13,9% r/r. W segmencie mebli, RTV i AGD, po okresie spadków w latach 2023–2024, w ostatnich miesiącach również obserwujemy wyraźne odbicie sprzedaży detalicznej. Taka sytuacja może być rezultatem wyższego aniżeli w innych państwach Europy wskaźnika ufności konsumenckiej. Według badania Eurostat Polska wciąż pozostaje pod tym względem w czołówce na tle innych państw europejskich. Po tegorocznych przeskokach z czerwca (+2,8) oraz lipca (-2,5), we wrześniu wskaźnik ufności polskich konsumentów ustabilizował się wynosząc -1,0. Średnia w Unii Europejskiej wyniosła z kolei w tym czasie -14,3 –* komentuje **Ewelina Staruch, Senior Analyst, Cushman & Wakefield.**

Spadki sprzedaży detalicznej w sierpniu dotyczyły trzech kategorii: *„*Pozostałe”, *„*Żywność, napoje i wyroby tytoniowe” oraz *„*Prasa, książki, sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach”. W grupie o najwyższym udziale w sprzedaży detalicznej „ogółem” – „Żywność, napoje i wyroby tytoniowe” zaobserwowano spadek sprzedaży o 3,4% r/r. Utrzymanie korzystnych warunków makroekonomicznych, w tym stabilnego zatrudnienia i wyhamowania inflacji, może sprzyjać dalszym wzrostom konsumpcji prywatnej w czwartym kwartale.

**ODWIEDZALNOŚĆ I OBROTY: WZROST TYLKO WE WRZEŚNIU, OBROTY PONAD 3% W GÓRĘ**

*– Średnia odwiedzalność centrów handlowych w trzecim kwartale sięgnęła ok. 425 tys. klientów w przeliczeniu na jeden obiekt. Najlepszym miesiącem pod względem liczby odwiedzających okazał się sierpień, kiedy centra odwiedziło średnio ok. 440 tys. per jeden obiekt. Natomiast rok do roku koniec wakacji odnotował spadek o 1,4% –* dodaje **Ewa Derlatka-Chilewicz.**

W lipcu zarejestrowano wynik ok. 435 tys. klientów, co stanowi wielkość niemal identyczną jak w lipcu 2024 roku. Z kolei wrzesień był jedynym miesiącem ze wzrostem 3,3% r/r, ale liczba klientów była mniejsza niż w lipcu i sierpniu, gdyż wyniosła ok. 400 tys. odwiedzających.

*– Analizując wpływy finansowe najemców centrów handlowych w trzecim kwartale można zauważyć, że po uśrednieniu wzrosły one o nieco ponad 3%. W lipcu średnie obroty sięgnęły ok. 1130 zł netto na mkw., co wskazuje na wzrost o 3,4% r/r. W sierpniu zarejestrowano obroty na poziomie 1145 zł/ mkw. – wzrost o 3,2% r/r –* tłumaczy **Ewelina Staruch.**

Analizując poszczególne kategorie najemców można zaobserwować, że obroty w miesiącach styczeń-sierpień 2025 roku najbardziej wzrosły w usługach (>8%) oraz gastronomii i rozrywce (>6%). Należy jednak zaznaczyć, że branża gastronomiczna boryka się z dużym wzrostem kosztów działalności i dobre wyniki obrotowe nie przekładają się bezpośrednio na ich zyski.

**CZYNSZE: OBIEKTY TYPU PRIME Z DALSZYM POTENCJAŁEM DO WZROSTÓW​**

*– Średnie czynsze w najlepszych obiektach tzw. “prime” wzrosły rokrocznie we wszystkich trzech formatach, czyli centrach, parkach i na ulicach handlowych. Wzrosty przewyższają wartości corocznej indeksacji o wskaźnik inflacji, co oznacza, że popyt na flagowe lokale jest wysoki, a dostępność najbardziej atrakcyjnych powierzchni ograniczona. Obiekty pozycjonowane na rynku średnio lub nisko mają zdecydowanie słabszy potencjał wzrostu czynszu, a najemcy lepszą pozycję negocjacyjną –* mówi **Paulina Bauer, Head of Retail Asset Services Poland, Cushman & Wakefield.**

Czynsze w parkach handlowych odnotowały najwyższy wzrost rok do roku (12,5%), a także dalszy wzrost w ujęciu kwartalnym. W centrach i przy ulicach handlowych dynamika roczna utrzymała się na poziomie ok. 7–10%, przy stabilnych stawkach względem poprzedniego kwartału.

- **KONIEC -**

**O Cushman & Wakefield**

Cushman & Wakefield (NYSE: CWK) jest wiodącą na świecie firmą świadczącą usługi na rzecz właścicieli i najemców nieruchomości komercyjnych. Zatrudnia ok. 52 tys. pracowników w niemal 400 biurach i 60 krajach na całym świecie. W 2024 roku jej przychody wyniosły 9,4 mld USD. Do najważniejszych usług świadczonych przez firmę należą m.in. zarządzanie nieruchomościami, obiektami i projektami, pośrednictwo w wynajmie powierzchni, obsługa transakcji na rynkach kapitałowych oraz wyceny. Za nieustanne dążenie do doskonałości zgodnie z zasadą *Better never settles* Cushman & Wakefield otrzymuje wiele wyróżnień oraz nagród w konkursach branżowych i biznesowych. Dodatkowe informacje na stronie [www.cushmanwakefield.com](http://www.cushmanwakefield.com/).

1. Statystyki podaży obejmują obiekty o powierzchni powyżej 5000 mkw. GLA i uwzględniają nowe budynki, ale także rozbudowy i przebudowy. ​ [↑](#footnote-ref-2)