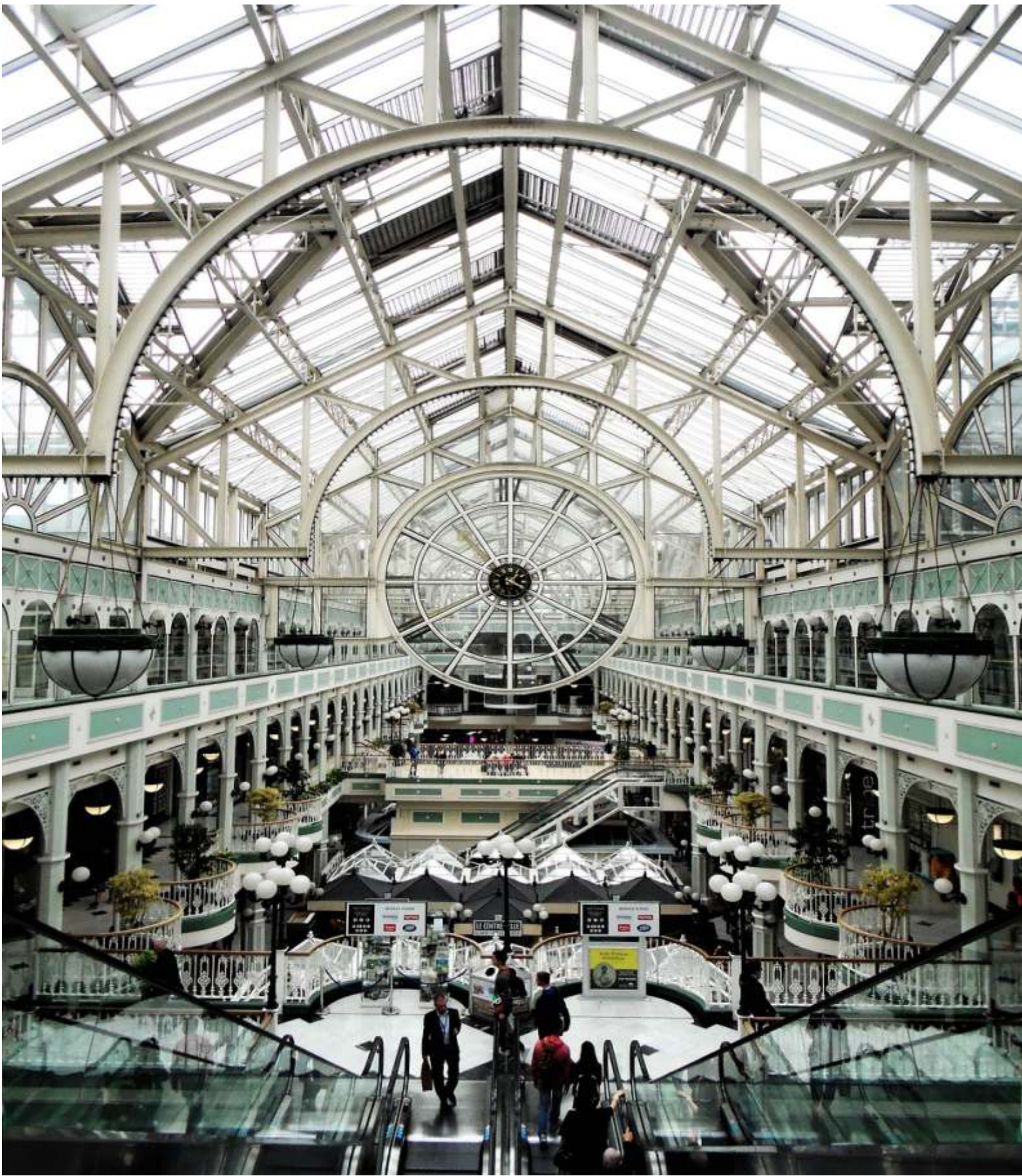


h andlowiec

Bezpłatne internetowe czasopismo przeznaczone dla handlowców



W numerze

W najnowszym numerze „Handlowca” przygotowaliśmy dla Państwa interesujące materiały podsumowujące ubiegły, 2023 roku w obiektach handlowych w największych miastach w Polsce.

Już w pierwszym kwartale bieżącego roku w galeriach handlowych nastąpiło wiele ciekawych otwarć znanych oraz popularnych marek - o czym możecie Państwo przeczytać w aktualnym wydaniu.

Zapraszamy do lektury.

Aleksandra Generalczyk
redaktor naczelna

Spis treści

- 3 2023 rok na rynku handlowym w Polsce – dobre wyniki podaży, wiele debiutów i coraz wyższe obroty**
- 4 Forum Dyrektorów Marketingu – nowy projekt Polskiej Rady Centrów Handlowych**
- 5 Salon Pandory zadebiutuje w Gemini Park Tarnów**
- 6 Manufaktura w Łodzi podsumowuje 2023 rok**



Od dwudziestu ośmiu lat, **Biuro Promocji i Reklamy Generalczyk s.j.** jest cenionym wydawcą prasy branżowej w Polsce. Oprócz Handlowca - pisma, które po raz pierwszy ukazało się na rynku w 1923 roku - ma w swoim portfolio dwa inne tytuły: **Poradnik Handlowca** i **Poradnik Restauratora**, które przybliżają Czytelnikom bogactwo światów: FMCG i HoReCa. Poradnik Handlowca jest liderem na rynku prasy branżowej, co potwierdzają wyniki syndykatowych badań przeprowadzanych co roku przez biura badawcze Nielsen i MillwardBrown.

Bezpłatne ogólnopolskie pismo przeznaczone dla handlowców i tych, którzy chcą związać się z handlem.

WYDAWNICTWO
Biuro Promocji i Reklamy „Generalczyk” s.j.
60-587 Poznań, ul. Szczęsna 10

DYSTRYBUCJA
drogą elektroniczną,
strona internetowa: www.handlowiec.biz.pl

ADRES REDAKCJI
60-587 Poznań, ul. Szczęsna 10,
tel./fax (61) 852 08 94

PREZES WYDAWNICTWA
Wiesław Generalczyk
general@poradnikhandlowca.com.pl

DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY
Wojtek Generalczyk
tel. (61) 851 37 55
wojtek@poradnikhandlowca.com.pl

DYREKTOR ORGANIZACYJNO
-ADMINISTRACYJNY
Zbyszko Zalewski
zbyszkoz@poradnikhandlowca.com.pl

REDAKTOR NACZELNA
Aleksandra Generalczyk
redakcja@poradnikhandlowca.com.pl

REDAKCJA
Klaudia Walkowiak, Tadeusz Sienkiewicz

DZIAŁ SPRZEDAŻY
Justyna Wojciechowska
tel. (61) 852 51 41
justynaw@poradnikhandlowca.com.pl
Katarzyna Generalczyk
tel. (61) 851 37 03
kasiak@poradnikhandlowca.com.pl
Maria Leśniewska
tel. (61) 855 70 66
marial@poradnikhandlowca.com.pl
Małgorzata Siuda
malgorzatas@poradnikhandlowca.com.pl

SERWIS FOTOGRAFICZNY
materiały prasowe
Okładka: pixabay.com
Redakcja nie bierze odpowiedzialności za treść reklam i nie zwraca materiałów niezamówionych. Zastrzegamy sobie prawo skracania i adiacji tekstów oraz zmiany ich tytułów.

ISSN 1734-4972

2023 rok na rynku handlowym w Polsce – dobre wyniki podaży, wiele debiutów i coraz wyższe obroty

Międzynarodowa agencja doradcza Cushman & Wakefield podsumowała sytuację na rynku nieruchomości handlowych. 2023 rok stanął pod znakiem wzmożonej aktywności deweloperów, którzy oddali do użytku ok. 450 000 mkw. nowej powierzchni. Coraz lepszą kondycję polskiego sektora potwierdza szereg debiutów sieci handlowych – w ciągu ostatnich 12 miesięcy do Polski weszło aż 29 nowych brandów, czyli najwięcej od 2017 roku. Z kolei hamująca dynamika wzrostu cen przekłada się na lepsze nastroje konsumentów, co znajduje odzwierciedlenie w wyższych obrotach obiektów handlowych.

IV kwartał z najlepszym wynikiem nowej podaży

Według danych Cushman & Wakefield, w 2023 roku deweloperzy oddali do użytku 447 000 mkw. GLA w ramach otwarć obiektów powyżej 5000 mkw. lub ich rozbudów. Natomiast w bilansie uwzględniającym zamknięcie czterech galerii handlowych oraz outletu wyprzedażowego w Bydgoszczy całoroczna nowa podaż ukształtowała się na poziomie 343 000 mkw. Za 80% oddanych do użytku obiektów odpowiadały parki, zaś centra handlowe – tylko za 15%.

- Najlepszy wynik podaży zanotował IV kwartał, w którym ukończono budowę 217 tys. mkw. GLA nowoczesnej powierzchni handlowej. W ciągu trzech ostatnich miesięcy roku na rynku otworzyło się 20 nowych nieruchomości handlowych, trzy wcześniej istniejące przebudowano, jeden obiekt przeszedł rozbudowę, a cztery inne zmodernizowano. Tym samym całkowite zasoby nowoczesnej powierzchni handlowej w Polsce wynoszą obecnie ok. 16,3 mln mkw. Warto podkreślić, że prognozy dotyczące 2024 roku są obiecujące, gdyż analizując obiekty w szczególności będące w budowie można spodziewać się, że wyniki podaży będą zbliżone lub nawet lepsze niż w minionym roku - komentuje Ewelina Staruch, Analityczka rynku handlowego, Cushman & Wakefield.

Największymi obiektami, których otwarcia nastąpiły w IV kwartale, były Ozimska Park w Opolu o GLA 17 000 mkw. (przebudowa Galerii Ozimskiej, gdzie głównym najemcą było Tesco), N-Park Olkusz (powierzchnia GLA ok. 16 tys. mkw.), Pasaż Kępiński w Baranowie (park handlowy o powierzchni 12 000 mkw.) oraz Park Handlowy Targowa w Przasnyszu (12 000 mkw.).

Dobre wyniki odwiedzalności, obroty po uwzględnieniu inflacji

- Odwiedzalność w centrach i parkach handlowych w ostatnim kwartale wzrosła względem 2022 roku, ale nie udało się przewyższyć wyniku z przedpandemicznego 2019 roku. W październiku zarejestrowano średnio 452 tys. odwiedzin klientów na jeden obiekt handlowy, w listopadzie wskaźnik ten sięgnął 424 tys. osób, a w grudniu przekroczył 520 tys. osób. Względem 2022 roku wzrosty odwiedzalności wyniosły odpowiednio 3,7% r/r w październiku, 1,8% r/r w listopadzie oraz 0,5% r/r w grudniu - komentuje Ewa Derlatka-Chilewicz, Head of Research, Cushman & Wakefield.

Czwarty kwartał jest okresem najwyższych wpływów finansowych dla najemców galerii handlowych. W październiku uśrednione obroty przekroczyły 1070 PLN netto na mkw. powierzchni, zaś w listopadzie wyniosły 1110 PLN netto na mkw.

- Nominalne wzrosty obrotów r/r wyniosły 5% w październiku i aż 8% w listopadzie, jednak analizując je w ujęciu realnym, biorąc pod uwagę inflację, można zauważyć, że w październiku odnotowano niewielki spadek o 1,6% r/r, ale w listopadzie wystąpił już nieznaczny, bo 1% wzrost. Związane jest to z hamowaniem dynamiki wzrostu cen oraz z poprawą nastrojów konsumenckich. Warto podkreślić, że realne wzrosty sprzedaży w centrach handlowych w takich kategoriach jak odzież i obuwie, prasa i książki czy zdrowie i uroda były w 2023 roku wyższe niż wyniki sprzedaży detalicznej publikowane przez GUS, co świadczy o lepszej kondycji centrów handlowych na tle całego rynku handlowego - dodaje Ewa Derlatka-Chilewicz.

Parki handlowe notują najwyższe wzrosty

We wszystkich trzech badanych grupach nieruchomości handlowych, czyli galeriach, parkach i przy ulicach handlowych zaobserwowano w ciągu roku wzrosty średnich czynszów.

- Porównanie IV kwartału 2023 do IV kwartału roku 2022 wykazało, że najwyższe wzrosty stawek czynszowych dotyczyły parków handlowych i wyniosły 12,5%, podczas gdy dynamika czynszów w centrach i przy ulicach handlowych ukształtowała się na poziomie ok. 7% r/r. Niestety, na początku 2024 roku najemcy muszą przygotować się na kolejne podwyżki ze względu na indeksację czynszów oraz wzrosty opłat eksploatacyjnych - mówi Paulina Bauer, Head of Retail Asset Services, Cushman & Wakefield.

Najwyższy poziom powierzchni niewynajętej

Średni poziom pustostanów w obiektach handlowych w szesnastu największych polskich aglomeracjach o liczbie ludności przekraczającej 180 tys. mieszkańców wyniósł 3,3% (stan na trzeci kwartał 2023 roku). Najmniej wolnej powierzchni do wynajęcia można znaleźć w Toruniu (1,1% pustostanów), Kielcach (1,4%) Krakowie (1,7%) oraz Łodzi (1,8%).

oprac. red.

Forum Dyrektorów Marketingu – nowy projekt Polskiej Rady Centrów Handlowych

Polska Rada Centrów Handlowych uruchomiła Forum Dyrektorów Marketingu, nową inicjatywę dla branży centrów i parków handlowych. Podczas inauguracyjnego spotkania nowego forum eksperci z GUS, Inquiry, Selectivv, Top-Key oraz PRCH przedstawili dostępne na rynku metody zbierania i analizy danych, których wyniki stanowią podstawę projektowania skutecznych działań marketingowych.



źródło: Pixabay

- Forum Dyrektorów Marketingu jest kolejną, po Forum Dyrektorów Technicznych, platformą rozmów i dzielenia się najlepszymi praktykami, które uruchomiła Polska Rada Centrów Handlowych. Będzie to miejsce spotkań i prezentowania innowacyjnych rozwiązań oraz projektów praktykom marketingu. Sukces Forum Dyrektorów Technicznych pokazał, że takie ekspertyzy grupy są dla branży istotne i pozwalają kreować nowe inicjatywy - mówi Krzysztof Poznański, dyrektor zarządzający Polskiej Rady Centrów Handlowych.

Podczas pierwszego spotkania Forum Dyrektorów Marketingu zaproszeni eksperci zaprezentowali dostępne na rynku metody zbierania i analizy danych.

- Ewa Adach-Stankiewicz, z Głównego Urzędu Statystycznego, omówiła cel i dostępność danych gromadzonych przez GUS oraz oczekiwania względem branży.
- Agnieszka Górnicka, z Inquiry, zaprezentowała nowoczesne metody badań, które mogą dostarczyć istotnych danych o konsumentach.
- Michał Miazek, z Selectivv, przedstawił metody zbierania danych z urządzeń mobilnych oraz ich praktyczne wykorzystanie.
- Marcin Guziński, z Top-Key, omówił możliwości pozyskiwania danych z nowoczesnych kamer i skuteczność systemów liczących.
- Anna Piaskowska z PRCH, wyjaśniła metodologię i zakres danych, które analizuje i udostępnia Polska Rada Centrów Handlowych.

Oprac. red.

Salon Pandory zadebiutował w Gemini Park Tarnów

Pandora, duńska marka jubilerska, wzmacnia ofertę tarnowskiego centrum handlowego Gemini Park. Otwarcie salonu nastąpiło 14 marca br. Jest to jedyny na terenie Tarnowa i okolic lokal tej popularnej marki.

Pandora to marka biżuteryjna, która produkuje ręcznie wykończoną biżuterię z wysokiej jakości materiałów. Elementy kolekcji można dowolnie ze sobą łączyć, co daje nieskończone możliwości do wyrażania własnego stylu. Swoją działalność Pandora rozpoczęła ponad 40 lat temu jako mały sklep w Kopenhadze, a dzisiaj obecna jest w ponad 100 krajach na całym świecie. Priorytetem firmy jest zrównoważony i odpowiedzialny rozwój biznesu. Od marca br. klienci Gemini Park w Tarnowie mają okazję poznać pełną ofertę marki.

Nowy salon pojawił się na parterze tarnowskiego centrum handlowego w sąsiedztwie innych marek, takich jak Douglas, Ochnik czy W. Kruk. Sklep zajmie powierzchnię ponad 65 m. kw., a tym samym zapewni klientom dostęp do szerokiej oferty unikalnej i modnej biżuterii – w tym kultowych już charmsów.

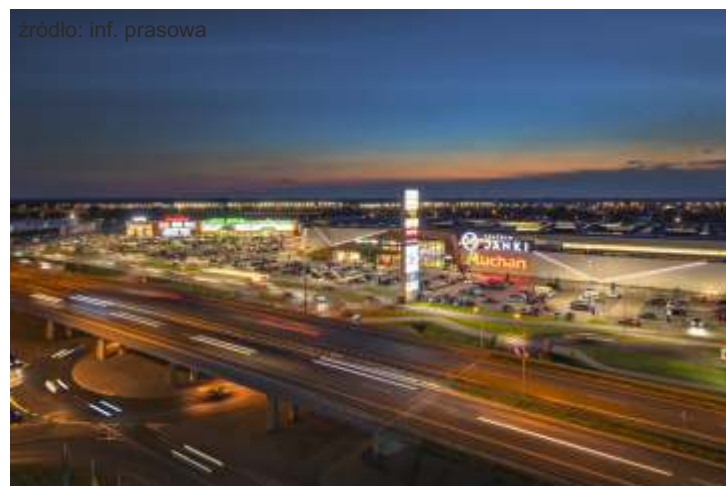


źródło: inf. prasowa

Lokal w Gemini Park Tarnów będzie ważnym punktem sprzedaży dla mieszkańców Tarnowa i okolic, ponieważ inne, najbliższe salony Pandory znajdują się dopiero w Rzeszowie czy Krakowie. Tymczasem od grudnia ubiegłego roku klienci tarnowskiego Gemini Park mogą skorzystać z oferty biżuteryjnej tej marki za pośrednictwem wyspy handlowej. Ze względu na duże zainteresowanie już teraz mogą cieszyć się pełną ofertą w pięknie zaaranżowanej przestrzeni lokalu.

Jeszcze więcej znanych marek w Centrum Janki

Oferta handlowa Centrum Janki w ostatnim czasie powiększyła się o nowe sklepy. W 2023 r. w obiekcie pojawiło się 11 nowych marek, które zajęły łączną powierzchnię ponad 3 tys. mkw. W planach na 2024 r. jest dalsze powiększanie oferty.



źródło: inf. prasowa

Sektor modowy wzbogacił się o markę United Colors of Benetton - jedną z najbardziej znanych firm odzieżowych na świecie, której znakiem charakterystycznym są wyraziste kolory, nowoczesne postrzeganie klasyki, a także zamiłowanie do wysokiej jakości tkanin, doskonałe krawiectwo i uniwersalizm kolekcji. Do grona najemców dołączyła także marka Pawo, która od ponad 25 lat kreuje wizerunek nowoczesnego mężczyzny. Oprócz odzieży biznesowej, okazjonalnej oraz smart casual, w jej salonie znajduje się także szeroki wybór garniturów, koszul, spodni oraz różnego rodzaju dodatków dla mężczyzn. Dodatkowo, w nowym koncepcie i w nowej lokalizacji otwarty został salon mody męskiej marki Bytom. Rozwinęła się również strefa gastronomiczna, do której dołączył Burger King.

Wśród nowych najemców w 2023 roku w obiekcie pojawiła się marka kosmetyczna Rituals. Wzbogaciła się także oferta modowa centrum. W segmencie tym pojawiły się nowe marki tj. Greenpoint i Half Price - brand, który poza markową odzieżą, obuwiem oraz dodatkami damskimi, męskimi i dziecięcymi, oferuje także wyjątkowe dekoracje do domu, zabawki czy akcesoria sportowe. Oferta gastronomiczna wzmocniła się o Boboq - jedną z najlepiej rozpoznawalnych marek na rynku herbaty z tapioką. Do grona najemców dołączyła także Kwaciarnia EM.

Manufaktura w Łodzi podsumowuje 2023 rok

14 nowych marek, otwarcie światowego brandu, zielona inwestycja, a wreszcie wielki miejski jubileusz – tak w wielkim skrócie można opisać najważniejsze wydarzenia minionego roku dla Manufaktury w Łodzi, jednego z największych w Europie kompleksów handlowo-rozrywkowych.



źródło: inf. prasowa

2023 rok przyniósł aż 14 premier nowych najemców. Najważniejszą z nich okazało się wrześniowe otwarcie szóstego w Polsce Primarka, międzynarodowego detalisty odzieżowego, który podbija polski rynek. Marka zajęła lokal o powierzchni 3 300 mkw. na zrewitalizowanym, industrialnym rynku Manufaktury., galanterii skórzanej, specyfików do jej pielęgnacji czy konserwacji, a także akcesoriów, dopełniających stylizację. Salon wyróżnia koncepcja otwartego visual merchandisingu („open-sell” environment), która zakłada eksponowanie całego asortymentu w sposób widoczny, bez chowania go w pudełkach.

W połowie roku wystartowała też jedna z największych w ostatnich latach inwestycja kompleksu – farma fotowoltaiczna składająca się z 1218 paneli solarnych. Zamontowana na dachu budynku galerii handlowej, instalacja wyprodukowała ponad 270 tys. kWh, przynosząc w ten sposób obiektowi oszczędności rzędu 280 tys. złotych.

Miniony rok był też ważny dla kompleksu z Łodzi pod kątem wielkiego jubileuszu – miasto Łódź obchodziło bowiem 600-lecie nadania praw miejskich. Manufaktura podjęła współpracę z Urzędem Miasta przy organizacji tych obchodów, udostępniając jedną z 4 oficjalnych scen koncertowych podczas festiwalu Łódź Summer Festival.

Jak pokazują wyniki zanotowane przez kompleks w Łodzi, to się udało i to z sukcesem – Manufaktura zanotowała w 2023 roku prawie 21 milionów wizyt

Rock Park Przeworsk ma nowego właściciela

Rock Park Przeworsk, którego uroczyste otwarcie nastąpiło z początkiem lutego br., po miesiącu funkcjonowania pozyskał nowego właściciela. Transakcja odbyła się pomiędzy RockCapital. a spółką ME Invest, należącą do TERG S.A., właściciela sieci Media Expert.



źródło: inf. prasowa

Otwarty w lutym bieżącego roku park handlowy Rock Park Przeworsk (woj. podkarpackie) to kolejna inwestycja RockCapital., firmy z polskim kapitałem wyspecjalizowanej w komercjalizacji, budowaniu i sprzedaży nowoczesnych parków handlowych.

- Park handlowy w Przeworsku to dla nas ważna inwestycja, która poszerza nasze dotychczasowe portfolio. Jesteśmy inwestorem wielu projektów na terenie całej Polski w segmencie obiektów handlowych, nasza strategia zakłada pozyskiwanie dominujących obiektów w regionie i skomercjalizowanych na najwyższym poziomie, dlatego zdecydowaliśmy się na zakup parku handlowego w Przeworsku, nad którym niebawem zawiśnie szyld Aura Park - podkreśla Karol Bielecki, pełnomocnik Spółki ME Invest.

Rock Park Przeworsk, zlokalizowany u zbiegu ulic Dworcowej i Dynowskiej, jest pierwszym i jedynym nowoczesnym parkiem handlowym w regionie, obsługującym 44 000 mieszkańców. Operatorem spożywczym jest sieć sklepów Biedronka, a cała powierzchnia obiektu to blisko 6 800 mkw. powierzchni najmu.

Największym wyzwaniem w segmencie parków handlowych jest zabezpieczenie wysokiej klasy projektu w cenie, która zadowoli obie strony.