

PARKI HANDLOWE I CENTRA CONVENIENCE W POLSCE



Atutem parków handlowych i centrów convenience są oddzielne wejścia do każdego ze sklepów, minimalne powierzchnie wspólne oraz wygodny parking, co zwiększa poziom bezpieczeństwa.

Polacy polubili szybkie zakupy

Klienci oczekują dzisiaj bezpiecznych i wygodnych zakupów, a parki handlowe i lokalne centra convenience doskonale wpisują się w ten trend. W najbliższych latach potencjał tego typu obiektów może jeszcze wzrosnąć.

Pozycja dużych galerii handlowych w okresie pandemii nieco osłabła, za to małe formaty rozwijają się dzisiaj bardzo dynamicznie. Zamknięci w domach konsumenci zaczęli jeszcze bardziej doceniać lokalność i wygodę zakupów, które takie obiekty oferują. Na sukces parków handlowych i centrów convenience składa się dzisiaj wiele elementów. Ich atutem, są oddzielne wejścia do każdego ze sklepów, minimalne powierzchnie wspólne oraz wygodny parking, co zwiększa poziom bezpieczeństwa takich obiektów. Nic więc dziwnego, że okazały się zdaniem ekspertów CBRE „covidoodporne”. – Retail parki pojawiły się na rynku, jako odpowiedź na zmieniające się potrzeby konsumentów w zakresie szybkich, codziennych zakupów i rosnące, szczególnie w dużych aglomeracjach, nasycenie powierzchnią centrów handlowych. Ich pozycję wzmocniła dodatkowo pandemia, a klienci na nowo odkryli obiekty znajdujące się w sąsiedztwie, gdzie szybko, komfortowo i bezpiecznie mogą zrobić najważniejsze zakupy z punktu widzenia swojego gospodarstwa domowego – wyjaśnia Magdalena Kowalewska, Country Manager Operations Poland w IMMOFINANZ.

Jej zdaniem klienci parków handlowych mają dzisiaj poczucie komfortu fizycznego i psychicznego, ponieważ

dość do poszczególnych sklepów znajduje się bezpośrednio z poziomu parkingu. Kolejnym ważnym punktem jest ich oferta, która odpowiada na najbardziej podstawowe potrzeby. W tego typu obiektach znajduje się dzisiaj m.in. operator spożywczy, sklepy oferujące artykuły wyposażenia wnętrz, RTV AGD oraz sportowe, a także drogerie, pralnie, księgarnie, kioski prasowe oraz sklepy zoologiczne i placówki pocztowe. Asortyment parków handlowych jest również atrakcyjny cenowo, co ma szczególne znaczenie w trudnych ekonomicznie czasach. – W retail parkach proces zakupu jest prosty, szybki i komfortowy. Oddzielne wejścia do każdego lokalu dają dodatkowo możliwość wydłużenia godzin otwarcia pojedynczych sklepów, co również pozytywnie przekłada się na wygodę zakupów – komentuje Magdalena Kowalewska.

Zalet parków handlowych jest jednak dużo więcej. Klienci doceniają m.in. ich dogodną lokalizację – zazwyczaj w sąsiedztwie osiedli mieszkaniowych. Te warunki spełnia m.in. sieć STOP SHOP. Obecnie firma IMMOFINANZ realizuje kolejny etap rozwoju tej marki w Polsce. – Powoli przyspieszamy się do realizacji kolejnego naszego projektu w Zielonej Górze, gdzie z początkiem roku otrzymaliśmy pozwolenie na budowę.

Rozważamy także kolejne lokalizacje, czy to poprzez działania deweloperskie czy przejęcia. Już niebawem będziemy mogli pochwalić się szczegółami nowej lokalizacji pod kolejny STOP SHOP – zdradza Magdalena Kowalewska.

STOP SHOP w Zielonej Górze będzie mieć łącznie 14 sklepów na powierzchni najmu ponad 6,6 tys. m². Bezpośrednio przed obiektem znajduje się około 160 miejsc parkingowych. Działka, na której powstanie zielonogórski projekt, zlokalizowana jest w sąsiedztwie istniejącego supermarketu oraz sklepu DIY. Zielonogórski STOP SHOP będzie zarazem jedenastym parkiem handlowym pod tą marką w Polsce.

Marki wolą dziś parki

Zdaniem Magdaleny Kowalewskiej parki handlowe udowodniły, że stanowią atrakcyjną alternatywę dla centrów handlowych, szczególnie w obecnym, pandemicznym okresie. Jednak wzrostowy trend w ich przypadku widoczny był już przed marcem 2020 r. – W ostatnich dziewięciu latach wzrost udziału retail parków na rynku powierzchni handlowych w Polsce wyniósł 111 proc. Na tę atrakcyjność składają się nie tylko benefity dla klientów związane z ofertą handlową, bezpieczeństwem czy oszczędnością czasu, ale także czynniki architektoniczne. Atutem tych obiektów jest, bowiem także cała infrastruktura – przestronne i wygodne parkingi, nowoczesna bryła obiektów z wejściami do sklepów z poziomu

parkingu, a także duże przestrzenie samych sklepów – wyjaśnia Magdalena Kowalewska.

Te aspekty ułatwiają obecnie utrzymanie reżimu sanitarnego i zachowanie dystansu społecznego, co jest dzisiaj tak bardzo istotne. Ponadto przy realizacji takich nieruchomości coraz częściej brane są pod uwagę kwestie związane z ekologią, wykorzystaniem materiałów przyjaznych otoczeniu, odzyskiwaniem energii, czy tworzeniem zielonych stref wokół tego typu obiektów. – Dla przykładu w tym kontekście niedawno rozpoczęliśmy pilotażowe projekty dotyczące fotowoltaiki na dachach parków handlowych, co będzie dodatkowym atutem w kontekście pozyskiwania zielonych certyfikatów dla naszych STOP SHOP-ów – informuje Magdalena Kowalewska.

Dodatkowo wzrost popularności parków handlowych powoduje, że niektóre marki, które dotąd nie były obecne w takich formatach teraz są zainteresowane najemem powierzchni w tego typu obiektach. – Widzimy, że wielu najemców obecnych dotąd w centrach handlowych zmienia swoją strategię i wchodzi do sieci STOP SHOP-ów. Często bywa też tak, że o nowych lokalizacjach rozmawiamy z najemcami, którzy doskonale znają naszą markę i otworzyli swoje lokale w którymś z naszych punktów. To ułatwia nam proces komercjalizacji, i pozwala otwierać projekty w pełni wynajęte, czego przykładem jest nasz ostatni STOP SHOP w Siedlcach. Warto wspo-

mnąć, że w tej lokalizacji otworzyliśmy sklepy trzech marek LPP: House, Cropp i Sinsay, które uatrakcyjniły naszą ofertę w tym mieście, a których dotąd nie można było spotkać w tego typu koncepcjach – komentuje Magdalena Kowalewska.

Z trendami się nie walczy

Rozwoju parków handlowych i centrów convenience nie osłabił nawet dynamiczny wzrost segmentu e-commerce. Paradoksalnie może on nawet sprzyjać takim obiektom. – Kryzys zwykle uwypukla to, co jest słabe oraz to, co funkcjonuje bardzo dobrze i zarazem jest katalizatorem zmian. Obecny kryzys humanitarny związany z wybuchem pandemii COVID-19 nie jest wyjątkiem. Zjawisko e-commerce funkcjonowało długo przed wybuchem pandemii, stale się rozwijając, a kryzys naturalnie wzmocnił udział zakupów online w całym koszyku zakupowym Polaków. Na skutek nagłych zewnętrznych okoliczności – zamkniętych sklepów stacjonarnych i pracy zdalnej zostaliśmy zmuszeni do przeniesienia się do świata wirtualnego, aby móc zrealizować swoje plany zakupowe – zauważa Magdalena Kowalewska. Jej zdaniem z pojawiającymi się trendami nie należy jednak walczyć, ani czekać na powrót do normalności, tylko trzeba szukać sposobów na to, jak można z nową rzeczywistością współpracować. – Na przykładzie parków handlowych doskonale widać współgranie dwóch kanałów sprzedażowych: tradycyjnych za-

PARKI HANDLOWE I CENTRA CONVENIENCE W POLSCE



Magdalena Kowalewska, Country Manager Operations Poland w IMMOFINANZ.

kupów i online. Oferta parków jest komplementarna w stosunku do handlu online, ponieważ oferuje przede wszystkim produkty pierwszej potrzeby, w atrakcyjnych cenach, które są dostępne często „tuż za rogiem”, czyli w wygodnych, dostępnych lokalizacjach, co jest ich dodatkowym atutem – dodaje Magdalena Kowalewska.

Poza tym, zdaniem Country Manager Operations Poland IMMOFINANZ parki handlowe pełnią często rolę jedynej pasażu handlowego w mniejszych miejscowościach, co jeszcze bardziej umacnia pozycję tego formatu. – Jest wiele przykładów parków handlowych, które idealnie wpasowują się w przestrzeń miejską i ją ożywiają. Coraz częściej organizowane eventy okolicznościowe na ich terenie, czy akcje z zakresu CSR-u, wpływają na wzmacnianie więzi wśród lokalnych społeczności. Ciekawym przykładem z naszego doświad-

czenia potwierdzającym, że parki handlowe mogą ożywić przestrzeń miejską jest STOP SHOP Świnoujście, który otworzyliśmy w zabytkowym budynku z 1890 r. Przed naszym zakupem nieruchomości miejsce to popadało w ruinę i odstraszało przechodniów, mimo iż zlokalizowane jest w pobliżu centrum miasta. Dzięki naszemu projektowi nie tylko zaproponowaliśmy nowe miejsce zakupowe, ale też odrestaurowaliśmy zabytek, wpływając pozytywnie na wizerunek miasta – mówi Magdalena Kowalewska.

Mocne aktywa

Wygląda na to, że parki handlowe stały się największymi beneficjentami zmian, które nastąpiły w handlu w ostatnim 10-leciu. Z najnowszego raportu firmy JLL wynika, że ich podaż zwiększyła się dwukrotnie, a udział w całkowitej podaży powierzchni handlowej w Polsce wzrósł

o 4 p.p. Wraz z upływem tego czasu deweloperzy realizujący tego typu obiekty odkryli także mniejsze miejscowości, dostosowując koncepty i ofertę do potrzeb lokalnych rynków. W rezultacie udział największych aglomeracji w podaży nowych parków handlowych zaczął maleć.

W ubiegłym roku pandemia spowodowała także aktywność deweloperów. Ukończyli łącznie budowę 430 tys. m² w ramach wielkopowierzchniowych obiektów handlowych oraz centrów convenience. Blisko 41 proc. ukończonej powierzchni zostało oddanej do użytku w ramach parków handlowych, a kolejne 28 proc. w centrach convenience. Centra handlowe odpowiadały jedynie za 20 proc. nowej podaży. W rezultacie całkowita powierzchnia handlowa w Polsce na koniec roku osiągnęła poziom blisko 16 mln m².

Jak podaje Retail Market Monitor w najbliższych pięciu latach sieci parków handlowych i sklepów convenience mogą wypreżdzić pozostałe obszary handlu pod względem dynamiki wzrostu. Dotyczy to zarówno liczby nowych marek, jak i obrotów. Biorąc pod uwagę tendencje rynkowe sprzed pandemii, jak i obecne, przewiduje się, że w najbliższej przyszłości na rynku dominować będą trzy formaty: centra convenience, parki handlowe oraz projekty typu mixed use. – Parki handlowe, które jeszcze przed pandemią miały się dobrze, ale były uznawane za słabsze siostry centrów handlowych, w okresie pandemii okazały się mocnym aktywem wpisującym się idealnie w nową rzeczywistość. Obecny trend szybkich i wygodnych zakupów utrzyma się zapewne długo, nie tylko ze względu na pandemię, ale także styl życia kolejnych, wchodzących na rynek pokoleń, przyzwyczajonych do zakupów szybkich, wygodnych w pobliżu miejsca ich zamieszkania – podsumowuje Magdalena Kowalewska.

Klienci często

Nie wszyscy rozumieją, że restrukturyzacja jest działaniem naprawczym i nie prowadzi do upadłości. Obawiam się, że w tym roku spraw upadłościowych może być niestety dużo więcej – mówi Rafał Fabisiak, prezes zarządu w firmie Sanators, w rozmowie z Agnieszką Bulus-Trando w Biznes INFO.TV.

Obecna sytuacja w Polsce zmienia się z godziny na godzinę. Niedawno weszły nowe obostrzenia i zaczął się kolejny lockdown. Czy rozpocznie to kolejną falę rozwiązywania umów przez najemców w obiektach handlowych?

Spodziewam się raczej, że będzie mniej działań zmierzających w kierunku odstępowania od umów i zamykania lokali niż do tej pory. Powód jest prosty: większość najemców, którzy chcieli odstąpić od umów lub je rozwiązać już to zrobiła. Wydaje mi się, że może dojść do zwiększonej fali re-negocjacji umów.

Część najemców próbuje się porozumieć z wynajmującymi. Jeżeli to się nie uda konieczny jest pozew. Proszę nam przybliżyć jak wygląda procedura odstąpienia od umowy na drodze sądowej?

Przepisy prawa przewidują taką możliwość w oparciu o artykuł 357¹ Kodeksu Cywilnego. Jest to przepis na wypadek nadzwyczajnych okoliczności, a taką jest przecież sytuacja, w której się obecnie znajdujemy. Umożliwia on obu stronom umowy wniesienie pozwu do sądu celem rozwiązania umowy albo zmiany jej warunków.

Procedura wygląda w taki sposób, że jedna ze stron musi się zdecydować na złożenie pozwu i przygotowanie argumentacji wykazującej, że mamy rzeczywistie do czynienia z nadzwyczajną sytuacją, której

strony podczas zawierania umowy nie przewidziały. Jeżeli zatem ktoś zawarł umowę pół roku temu, nie będzie mógł powołać się na ten zapis, ponieważ pandemia wówczas już trwała, zatem nie będzie się można powołać na sytuację epidemiologiczną jako okoliczność niemożliwą do przewidzenia w chwili zawierania umowy.

Następnie należy także wykazać, że kontynuowanie umowy na dotychczasowych warunkach jest niemożliwe lub skrajnie niekorzystne dla jednej ze stron. W tym przypadku najemca może stwierdzić, że np. czynsz wynegocjowany dotychczas jest – w kontekście kolejnych restrykcji dla prowadzenia jego działalności – za wysoki i w związku z tym może żądać jego obniżenia. Może także argumentować, że obecne warunki umowy są dla niego nieakceptowalne, a żadna obniżka czynszu mu już nie pomoże. Będzie się więc starał się wykazać przed sądem, że jedynym wyjściem z tej sytuacji jest orzeczenie sądu o rozwiązaniu umowy. Wiąże się to jednak z przeprowadzeniem postępowania dowodowego i wykazaniem swoich racji.

W obecnej sytuacji praca sądów również uległa spowolnieniu. Ile w obecnych warunkach trwa rozstrzygnięcie sporów przed sądami?

To zależy m.in. od tego, w którym sądzie oraz w jakim mieście składany jest pozew. Nie jest żadną tajemnicą, że niektóre sądy są bardziej obciążone liczbą spraw od

RYNEK INWESTYCYJNY

Jak podaje firm JLL w ubiegłym roku na polskim rynku nieruchomości handlowych zawarto transakcje w wysokości blisko 650 mln euro. Z czego zdecydowana większość przypada na przejęcie udziałów Lone Star w GTC przez węgierski fundusz państwowy Optimum Ventures. Transakcja ta dotyczyła także udziałów w portfelu handlowym GTC, obejmującym dwa centra handlowe – Galerię Północną w Warszawie i Galerię Jurajską w Częstochowie. W ubiegłym roku nastąpiło także przejęcie sieci 301 supermarketów Tesco przez Sailing Group, właściciela duńskich sklepów spożywczych Netto. Inne duże rynkowe transakcje dotyczyły m.in. zakupu dwóch

obiektów MMG Centers przez DRFG, dwóch sklepów OBI sprzedanych przez Chariot Top Group firmie MARR Holdings oraz zakupu dwóch obiektów Tesco przez Origami. Z kolei w lipcu 2020 r. firma Atrium sprzedała również pięć swoich obiektów z segmentu convenience (Atrium Gama w Radomiu, Atrium Siemianowice, Atrium Świętochłowice, Atrium Olkusz oraz Media Markt w Gdyni) firmie Metro-pol Group. Zainteresowaniem inwestorów cieszyły się także małe parki handlowe i centra convenience. Stopy kapitalizacji za najlepsze tego typu obiekty utrzymały się na poziomie około 6,8 proc.



Obecnie mamy już czwarty lockdown, a jeden z nich trwał dwa tygodnie. Skutkuje to zwolnieniem z czynszu za ten okres, ale w zamian trzeba przedłużyć umowę o kolejne sześć miesięcy. Nie jest to rozwiązanie adekwatne do dzisiejszej sytuacji. Potrzebne jest więc zrewidowanie tego mechanizmu albo znaczące poprawienie zasad jego funkcjonowania np. skrócenie tego okresu sześciu miesięcy.

PARKI HANDLOWE I CENTRA CONVENIENCE W POLSCE

przychodzą o pół roku za późno



Nadal pokutuje brak wiedzy na temat różnic pomiędzy restrukturyzacją a upadłością. Klienci, z którymi odbywamy wiele spotkań, dopiero po jakimś czasie są w stanie zrozumieć, że restrukturyzacja jest działaniem naprawczym i ma uchronić przed upadłością. Brak tej wiedzy skutkuje tym, że notorycznie klienci zgłaszają się do nas o pół roku za późno.

innych. Jednak faktem jest, że pandemia wpłynęła negatywnie również na funkcjonowanie wymiaru sprawiedliwości oraz szybkość rozpatrywania spraw. Obecnie trzeba przyjąć, że rozpatrzenie sprawy z powództwa opartego na art. 357¹ Kodeksu Cywilnego w pierwszej instancji może zająć co najmniej półtora roku.

Czy według pana abolicja czynszowa wymaga nowelizacji, a jeśli tak to jakiej?

Abolicja czynszowa wynika z artykułu 15 z tzw. specustawy covidowej z dnia 31 marca 2020 roku. Dzięki tej regulacji operatorzy sklepów zamkniętych w wyniku lockdownów mogą wystąpić z wnioskiem do wynajmującego o przedłużenie umowy za okres zamknięcia oraz kolejne sześć dodatkowych miesięcy w zamian za całkowite zwolnienie z czynszu. To rozwiązanie nie do końca odpowiada jednak potrzebom rynku. Przede wszystkim, gdy je wprowadzano równo rok temu, spodziewano się, że w lockdown pojawi się może raz lub dwa i potrwa dłużej. Rzeczywistość okazała się inna. Obecnie mamy już czwarty lockdown, a jeden z nich trwał dwa tygodnie. Skutkuje to zwolnieniem z czynszu za ten okres, ale w zamian trzeba przedłużyć umowę o kolejne sześć miesięcy. Nie jest to rozwiązanie adekwatne do dzisiejszej sytuacji. Potrzebne jest więc zrewidowanie tego mechanizmu albo znaczące poprawienie zasad jego funkcjonowania np. skrócenie tego okresu sześciu miesięcy.

Po czwartym lockdownie niektóre firmy mają więc przedłużoną umowę o kolejne dwa lata?

Dokładnie tak. Pamiętajmy również, że przedłużenie ma miejsce na dotychczasowych warunkach, które są niekorzystne, bo obejmuje stawki czynszu, które zdaniem najemców są zbyt wysokie jak na okres pandemii.

Abolicja to rozwiązanie dobre dla najemcy, ale tylko chwilowo, bo pozwala mu złapać oddech i nie płacić w momencie, gdy znajduje się w ciężkiej sytuacji, ponieważ nie handluje. Jednak ten problem wróci do niego za pół roku lub w momencie, gdy wyjdziemy z okresu pandemii. Wówczas znajdzie się on znowu w sytuacji przedłużenia umowy najmu na warunkach, które nie będą dla niego satysfakcjonujące. Jednocześnie konieczne jest jednak zabezpieczenie interesów wynajmujących – oni przecież zostają w świetle prawa pozbawieni czynszu za okres zamknięcia.

Dla branży handlowej święta były zawsze owocnym okresem. Obecny lockdown ma zakończyć się po świętach 9 kwietnia. Spowoduje to więc ponownie bardzo duże straty. Czy przygotowujemy się jakieś regulacje prawne lub kolejna tarcza, która pomoże najemcom przetrwać ten trudny czas?

Na razie na ten temat słyszałem tylko nieformalne informacje. Prawdą jest, że święta Wielkanocne szczególnie w branży spożywczej są bardzo ważnym okresem, ponieważ generują duży procent rocznego obrotu. Szacuje się, że w ubiegłym roku lockdown, który wypadł w tym samym okresie co teraz, kosztował branżę około 5 mld zł utraconych przychodów. Wygląda na to, że tym roku będzie podobnie. Nasza firma współpracuje akurat z dwiema sieciami spożywczymi i mamy realną świadomość tego problemu. Wszystkie zamówienia związane ze świętami zostały zrobione dużo wcześniej. Są teraz albo w drodze, albo znajdują się na półkach i raczej już się nie sprzedadzą. Będzie to więc drugi rok strat z rzędu.

Pomimo otwartych sklepów spożywczych większość asortymentu nie znajdzie nabywców, bo klientów będzie mniej. Należy się więc spodziewać, że będziemy mieć kolejne uderzenie po portfelach najemców, a co za tym idzie również wynajmujących.

Zajmujecie się doradzaniami najemcom i wynajmującym. Jakie działania przeważały w Państwa działalności w ubiegłym roku? Czy w tym roku doradzaliście również przy nowych umowach najmu?

Ku mojemu zaskoczeniu wiele umów zostało przedłużonych i zawiązywane były także nowe kontrakty. Na rynku działają również sieci, które są dobrze przygotowane do nadzwyczajnego stanu, jaki mamy obecnie. Prowadzą np. niszową działalność, a obecny kryzys nie wywarł na nie zbyt dużego wpływu. Te branże i sieci nadal się rozwijają i szukają nowych lokalizacji. Z kolei teraz jest na to dobry moment, ponieważ lokali do wynajęcia jest więcej niż do tej pory. Wzrosły też skłonności negocjacyjne wynajmujących. Jednak obserwuję pewną stagnację. Spodziewam się, że obecny rok będzie skoncentrowany na dwóch aspektach. Pierwszy to zawieranie „aneksów covidowych”, co związane jest z korzystaniem przez najemców z artykułu 15ze. Jak już wspominałem, na podstawie tego artykułu najemcy występują o zwolnienie z czynszu, składając jednocześnie ofertę przedłużenia umowy najmu, zatem należałoby sformalizować te oferty zawierając stosowne aneksy, aby w przyszłości nie było nieporozumień odnośnie długości trwania najmu. Drugi to renegocjacje czynszów w umowach, które obecnie trwają.

Wciąż mam jednak nadzieję, że pojawią się nowe rozwiązania – zarówno nowe tarcze, jak i przyspieszenie akcji szczepień, które zmienią sytuację na tyle, że odstąpienie od umów nie będzie zbyt duże.

Zajmuje się pan również restrukturyzacjami i upadłościami. Czy w poprzednim roku więcej spraw dotyczyło upadłości czy raczej restrukturyzacji?

Zdecydowanie więcej jest upadłości, co jest smutnym zjawiskiem, w szczególności, że dzisiaj dostępne są dobre i efektywne instrumenty do przeprowadzania działań restrukturyzacyjnych. Wiele podmiotów nie rozważa jednak restrukturyzacji, dlatego, że dostało pomoc od państwa w ramach tarcz, a taka pomoc utrudnia skorzystanie z działań restrukturyzacyjnych. W tym upatruję również przyczynę obojętności, że takich spraw było mniej. Co do kwestii upadłości – niestety nadal pokutuje brak wiedzy na temat różnic pomiędzy restrukturyzacją a upadłością. Klienci, z którymi odbywamy wiele spotkań, dopiero po jakimś czasie są w stanie zrozumieć, że restrukturyzacja jest działaniem naprawczym i ma uchronić przed upadłością. Brak tej wiedzy skutkuje tym, że notorycznie klienci zgłaszają się do nas o pół roku za późno. Obawiam się, że w tym roku spraw upadłościowych może być niestety jeszcze więcej. Jednak liczę na to, że edukacja społeczeństwa i przedsiębiorców osiągnie taki efekt, że przedsiębiorcy będą częściej sięgać po restrukturyzację.

Jaka jest Pana recepta dla branży handlowej, aby przetrwać tę sytuację w lepszej kondycji?

Gdybym miał taką receptę, pewnie byłbym bardzo bogatym człowie-

kiem (śmiech). Obecna sytuacja jest jednak bardzo skomplikowana. Moim zdaniem konieczne jest stworzenie silnej grupy lobbijowej i ustalenie porozumienia pomiędzy najemcami a wynajmującymi oraz bankami finansującymi obiekty handlowe. Istotne jest ustalenie wspólnych postulatów do rządu odnośnie zmian legislacyjnych i pomocowych dla podmiotów z branż znajdujących się w największej potrzebie. Bez jednolitego stanowiska i spójnego przekazu do rządzących nadal będziemy niestety funkcjonować w realiach artykułu 15ze, który jak już mówiłem, jest daleki od doskonałości.

Kończymy pierwszy kwartał 2021 r. Jakie są Pana prognozy na kolejne kwartały? Czego życzy Pan sobie i branży?

Pierwszy kwartał zaczął się źle, ponieważ praktycznie cały styczeń trwał lockdown. Gdy wydawało się, że już z niego powoli wychodzimy okazało się przed świętami, że mamy powtórkę z 2020 r. i kolejne ograniczenia w prowadzeniu działalności handlowej i usługowej. Miejmy jednak nadzieję na to, że ten stan rzeczywiście potrwa tylko do 9 kwietnia, a nie – jak w roku poprzednim – do maja. Niestety fakty są takie, że blisko połowa pierwszego kwartału tego roku jest praktycznie stracona. Nie jest to najlepszy prognostyk na dalszą część roku. Liczę jednak, że szczepienia i związane z tym ograniczenie zachorowań skutkować będzie ustabilizowaniem się sytuacji. W mojej ocenie obecny rok będzie zbliżony do poprzedniego pod względem obrotów w centrach handlowych i dopiero w kolejnym roku będziemy mogli liczyć na widoczną poprawę.

PARKI HANDLOWE I CENTRA CONVENIENCE W POLSCE

INWESTORZY WIDZĄ W POLSCE CIEKAWĄ

Na celowniku inwestorów znajdują się dzisiaj małe formaty handlowe w mniejszych miastach oraz magazyny. Wolumen transakcji inwestycyjnych może niebawem powrócić do poziomów z poprzednich lat, gdyż sytuacja na rynku inwestycyjnym wydaje się stabilizować – mówi Michał Cwikliński, MRICS Principal, Managing Director Avison Young w rozmowie z Agnieszką Bulus-Trando w Biznes INFO.TV



downów centra handlowe przestały funkcjonować. Nie powiedziałbym jednak, że te trzy segmenty rynku przeżywają dzisiaj boom potwierdzony cyframi, nie licząc magazynów, ale na pewno widoczne jest zwiększone zainteresowanie nimi. Obecna sytuacja nie oznacza także, że np. nie sprzedają się również biura. Wręcz przeciwnie są one nadal ciekawym produktem inwestycyjnym i wielu inwestorów wciąż zwraca uwagę na ten sektor rynku, pod warunkiem, że są odpowiednio wycenione.

Na rynkach finansowych panuje dzisiaj zmienność. Czy może być paradoksalnie dobrodziejstwem dla niektórych sektorów branży nieruchomości?

Rynki inwestycyjne rzeczywiście przeżywają dużą zmienność. Na całym świecie znacznie spadły stopy procentowe. Międzynarodowy kapitał szuka więc możliwości lokowania kapitału, zaś nieruchomości wydają się bardzo dobrym aktywem, szczególnie w długoterminowej perspektywie. Dlatego wartość inwestycji w nieruchomościach powinna rosnąć w średnim terminie mimo turbulencji w ostatnim roku, a większa alokacja kapitału w sektor nieruchomości, będzie zwiększać na nie popyt. I faktycznie już od kilku miesięcy obserwujemy wzrost popytu także w Polsce.

Obecnie dobiega końca pierwszy kwartał tego roku. Na jakie aspekty zwracają dzisiaj uwagę inwestorzy?

Za nami wiele ciekawych transakcji, dla których zostały podpisane umowy przedwstępne, a dla części umowy ostateczne. Aktywność inwestorów jednak nieustannie rośnie. Do tej pory zostały przeprowadzone dwie interesujące transakcje na rynku mieszkaniowym ogłoszone w ostatnich tygodniach. Jedną z nich jest zakup firmy Budimex Nieruchomości a drugą firmy Archicom. To są dwie duże platformy deweloperskie działające w segmencie budownictwa mieszkaniowego. Wpisuje się to długoterminowy trend związany z segmentem mieszkań na wynajem. Perspektywnym rynkiem z punktu widzenia inwestycji na rynku nieruchomości jest także sektor handlowy. W ubiegłym roku większość transakcji zrealizowanych w tym segmencie dotyczyło supermarketów oraz małych formatów handlowych wraz ze sklepami spożywczymi. Wiele tego typu nieruchomości znalazło nowych właścicieli. W tym roku również podpisaliśmy w naszej firmie kilka listów intencyjnych obejmujących takie obiekty.

Jakie destynacje są dzisiaj najbardziej interesujące?

W przypadku transakcji na rynku biurowym większość z nich dotyczyło Warszawy. Natomiast dobrze zlokalizowane biurowce znajdują się

również w takich miastach jak Poznań, Kraków, Gdańsk czy Wrocław. Ostatnio ogłoszone transakcje w tym jedna nasza – w Gdańsku dotyczą najlepiej zlokalizowanych nieruchomości w tych miastach, czyli tego, co jest najistotniejsze w segmencie biurowym. W przypadku magazynów liczą się z kolei lokalizacje przy dużych aglomeracjach, w sąsiedztwie ciągów komunikacyjnych i autostrad.

Co oznacza dla biurowego rynku zmiana sposobu pracy, ze stacjonarnej na zdalną lub hybrydową?

Zdania są podzielone, z jednej strony popularna staje się praca hybrydowa, obecnie więcej ludzi pracuje jednak z domu niż z biura. Wiązałoby się to w dłuższym terminie z brakiem potrzeby wynajmowania takiej powierzchni biurowej jak dotychczas. Z drugiej strony mówi się o potrzebie zachowania dystansu, co oznacza konieczność zwiększenia powierzchni przypadającej na jednego pracownika. Coraz więcej mówi się również o powrocie do biur. Oczywiście wiele zależy od rodzaju pracy, którą się wykonuje. Wiadomo jednak, że biura nie znikną, podobnie jak nie znikną centra handlowe. Biura są bardzo ważne, firmy potrzebują biur, szczególnie w dobrych lokalizacjach.

Gdzie poza magazynami i rynkiem PRS upatruje Pan obecnie największych możliwości do inwestowania?

Obecnie rynek magazynowy znajduje się na pierwszym miejscu, jeżeli chodzi o wolumen transakcji, tego typu obiektów sprzedało się w ubiegłym roku rekordowo dużo. Trzeba jednak wziąć pod uwagę fakt, że za ubiegłoroczny wolumen odpowiada kilka transakcji w ramach dużego portfolio kilku nieruchomości.

W tym roku na celowniku inwestorów znajduje się również kilka aktywów o znacznej wartości, rozpatrywanych obecnie w ramach tzw. due dilligence. Można więc powiedzieć, że w tym roku rynek inwestycyjny będzie również bardzo aktywny. Jednak w segmencie magazynowym oczekiwane ceny za nieruchomości są wysokie. Dlatego możliwość wzrostu wartości tych aktywów jest nieco mniejsza.

W kontekście możliwego wzrostu wartości nieruchomości oraz ciekawych opcji do inwestowania – odpowiem więc nieco przewrotnie. Moim zdaniem warto inwestować w centra handlowe oraz hotele, które wprawdzie przeżywają dzisiaj trudny okres, ale jest to dobry moment, aby w nie zainwestować, o ile będą dobrze wycenione. Są to jednak tzw. inwestycje antycykliczne, do których trzeba mieć „mocne nerwy”. Aczkolwiek na początku tego roku rozmawiałem już z kilkoma inwestorami, którzy zainteresowani są hotelami w dużych miastach, w dobrych lokalizacjach.

Sprzedajemy również dwa centra handlowe, które cieszą się ogromnym zainteresowaniem ze względu na wy cenę i potencjał, ponieważ są bardzo dobrze położone, już sama działka, na której się znajdują stanowi ogromną wartość. Daje to duży potencjał do przekształcenia sposobu funkcjonowania nieruchomości i wzrostu jej wartości w długoterminowej perspektywie.

Podsumowując – w krótkim okresie, tak jak powiedziałem wcześniej, będą sprzedawały się magazyny oraz nieruchomości mieszkaniowe. Jednak coraz większym zainteresowaniem będą cieszyły się także formaty handlowe w mniejszych miastach. Generalnie uważam, że wolumen transakcji inwestycyjnych powróci do poziomów z poprzednich lat.

Obecnie w krajach Europy Zachodniej ceny nieruchomości są już bardzo wysokie. Z tego powodu coraz większa liczba inwestorów patrzy na Polskę, jako ciekawą alternatywę. Jesteśmy rozwiniętym krajem, jako państwo, ale ceny nieruchomości nadal mamy dużo niższe niż w Niemczech, we Francji, Holandii czy Wielkiej Brytanii.

Porozmawiajmy trochę o liczbach: Jak wyglądał procentowy udział poszczególnych sektorów rynku w transakcjach inwestycyjnych w ubiegłym roku?

Z blisko 5,3 mld euro, które zostały zainwestowane w nieruchomości komercyjne w Polsce połowę stanowiły magazyny, czyli około 2,6 mld euro. Około 2 mld, czyli niecałe 40 proc. stanowiły biura, z czego dwie trzecie dotyczyło obiektów biurowych zlokalizowanych w stolicy. Tylko kilkanaście procent wolumenu przypadło na handel. Na tę wartość przełożyło się m.in. na kilka dużych transakcji, w tym m.in. zakupy firmy GTC obejmujące kilka nieruchomości z segmentu centrów handlowych. Natomiast 23 transakcje ze 116 wszystkich zawartych na rynku stanowiły małe centra handlowe typu convenience.

W jaki sposób zmiany mentalności Polaków w postrzeganiu własnego M przełożyły się na zainteresowanie inwestorów segmentem PRS?

Wiele się o tym ostatnio mówi, ale na razie na tym rynku jest niewiele transakcji. W ostatnim roku zostało zawarto ich kilka, ale nie są to umowy dotyczące gotowych i funkcjonujących portfeli mieszkań. Są to raczej projekty deweloperskie typu forward purchase czy forward funding. Dlatego nie są one wliczane do wolumenu inwestycyjnego. Na obecnym etapie nie jest to więc gotowy produkt inwestycyjny.

Dużą trudnością będzie także zarządzanie najmem takich nieruchomości. Do tego niezbędne są wykwalifikowane firmy, których na razie w Polsce



Obecnie w krajach Europy Zachodniej ceny nieruchomości są już bardzo wysokie. Z tego powodu coraz większa liczba inwestorów patrzy na Polskę, jako ciekawą alternatywę.

Dla jakiego sektora rynku nieruchomości przyszłość rysuje się w najlepszych barwach? Czy są jakieś nowe segmenty rynku nieruchomości, które znajdują się na celowniku inwestorów?

Ostatni rok był rzeczywiście ciekawy na rynku nieruchomości komercyjnych. Obecnie największe zainteresowanie inwestorów wzbudzają trzy typy nieruchomości. Na pierwszym miejscu znajdują się niewątpliwie magazyny, o których dużo się ostatnio mówi zaś w ostatnich 12 miesiącach ich rozwój jeszcze przyspieszył. Wiele mówi się również o segmencie PRS, czyli nieruchomościach mieszkaniowych na wynajem oraz o segmencie handlowym w kontekście centrów convenience, czyli małych formatów blisko osiedli mieszkaniowych, w których znajduje się m.in. operator spożywczy.

Skąd bierze się rosnąca popularność tych sektorów? Jednym z głównych powodów jest fakt, że ludzie muszą gdzieś mieszkać i robić zakupy w sytuacji, gdy z powodu kolejnych lock-

PARKI HANDLOWE I CENTRA CONVENIENCE W POLSCE

ALTERNATYWĘ

jest niewiele. Takie spółki dopiero się tworzą i wchodzi do naszego kraju, ale na razie ten rynek nie jest duży. Mamy więc przed sobą pespektywę kilku lat. Wiadomo jednak, że warto być na tym rynku dużo wcześniej. Drugim istotnym aspektem są zmiany mentalności Polaków dotyczących najmu versus zakupu nieruchomości na własność. Nabywanie mieszkań i domów jest coraz droższe, ceny nieruchomości idą w górę m.in. ze względu na to, że nie ma, w co lokować kapitału. Dzisiaj inwestowanie jest utrudnione, bo stopy procentowe są niskie a w związku z tym oprocentowanie lokat bankowych lub oprocentowanie obligacji. Dlatego wielu Polaków inwestuje w mieszkania, bo stopa zwrotu jest wyższa. Z tego powodu m.in. ceny na rynku mieszkaniowym rosną. Niebawem jednak niektórych nie będzie stać na zakup nieruchomości i będą musieli je wynajmować. Z drugiej strony wynajem od osoby prywatnej wiąże się zawsze z ryzykiem, np. za pół roku lub rok najem może zostać wypowiedziany. Tymczasem w przypadku najmu instytucjonalnego można wynajmować od dużej instytucji nawet przez pięć,

dziesięć lat i dłużej. Ponadto ten rynek będzie się coraz bardziej profesjonalizował. Wynajem takiej nieruchomości będzie również bezpieczniejszy dla najemców w dłuższym okresie, co może spowodować zwiększone zainteresowanie wynajmem.

Czy globalny rynek nieruchomości wszedł w fazę recesji? A jeżeli tak, kiedy nastąpi odbicie?

Patrząc na ubiegły rok, rzeczywiście wolumen transakcji był mniejszy, niż w 2019 r. Należy jednak wziąć pod uwagę fakt, że 2019 r. był generalnie rekordowy. Ubiegły rok jest z kolei porównywalny do 2018 r. Nie można, więc mówić o jakiejś dużej recesji. Na rynku widoczne jest zainteresowanie nieruchomościami a ilość transakcji jest duża. Nie nazwałbym więc obecnego stanu recesją, a raczej przyhamowaniem. Niepewność panująca na rynku przełożyła się także na zwiększenie niepewności u inwestorów, ale ten stan trwał krótko – od marca do czerwca 2020 r. W momencie, gdy pierwszy lockdown w Polsce został zniesiony widoczne było przyspieszenie aktywności inwestorów, w efekcie

do końca roku zawarto wiele znaczących transakcji. W sumie mówimy o 116 umowach zakupu nieruchomości komercyjnych znacznej wartości. Tymczasem w 2019 r. było to około 150. Z kolei w 2018 r. niewiele ponad 100. Mówimy więc o liczbie porównywalnej do 2018 r.

Jeżeli chodzi o obecny czas obserwujemy dużą dynamikę. Od początku tego roku zawarto już kilkanaście transakcji na sumę ponad 600 mln euro. Obecnie jest kilka dużych umów, które zamkną się w ciągu miesiąca lub trzech. Możemy więc powiedzieć, że do końca czerwca zawarte transakcje będą dotyczyły nawet kilku miliardów euro.

Jak widzi pan najbliższą przyszłość branży nieruchomości komercyjnych? Czego życzyłby Pan sobie w tym roku dla swojej firmy?

Patrząc w przyszłość optymistycznie, widzę, ile mamy pracy w każdym zespole i jak mocno się rozwijamy. Zatrudniamy obecnie kilka osób do działu inwestycyjnego oraz do działu doradztwa technicznego. Mamy dwie nowe sekcje i dwie linie bizne-

sowe, które będziemy wkrótce ogłaszać. Jeżeli więc tak ma wyglądać recesja, to ja życzę sobie takiej recesji przez kolejne pięć albo dziesięć lat. Uważam, że idziemy w dobrym

kierunku, co mnie cieszy. Zainteresowanie nieruchomościami komercyjnymi jest nadal bardzo duże. Jeżeli taki stan będzie trwał, nie mogę życzyć sobie niczego więcej.

„
Podsumowując – w krótkim okresie, tak jak powiedziałem wcześniej, będą sprzedawały się magazyny oraz nieruchomości mieszkaniowe. Jednak coraz większym zainteresowaniem będą cieszyły się także formaty handlowe w mniejszych miastach. Generalnie uważam, że wolumen transakcji inwestycyjnych powróci do poziomów z poprzednich lat.

REKLAMA

Radom
GLA 14 900 m²



Świętochłowice
GLA 10 300 m²



Olkusz
GLA 7 500 m²



Siemianowice
GLA 7 200 m²



Zamość (1)
GLA 6 000 m²



Chełmno
GLA 5 800 m²



Gdynia
GLA 5 000 m²



Siedlce
GLA 4 900 m²



Zamość (2)
GLA 4 000 m²



Warszawa
GLA 3 000 m²



Rembertów
GLA 2 800 m²



Radom
GLA 1 750 m²



**AVISON
YOUNG**

**Lider wśród
agencji doradczych
pod względem
ilości sprzedanych
parków handlowych.**



**ca. 74 000 m²
całkowite GLA**

Oraz kolejne projekty w trakcie realizacji...

avisonyoung.pl

PARKI HANDLOWE I CENTRA CONVENIENCE W POLSCE

POLSKIE PARKI HANDLOWE SĄ ATRAKCYJNYM PRODUKTEM INWESTYCYJNYM

W ubiegłym roku doświadczyliśmy przyspieszenia zmian zapoczątkowanych jeszcze kilka lat temu. Tendencja do robienia zakupów w pobliżu miejsca zamieszkania i rosnąca siła nabywcza mieszkańców mniejszych miejscowości spopularyzowały handel codzienny. Nie pozostało to niezauważone przez inwestorów lokujących kapitał w tym sektorze rynku – komentuje Michał Cwikliński, MRICS, Principal, Managing Director – Poland w Avison Young.

Zasady dotyczące zamykania obiektów handlowych nie miały dużego wpływu na mniejsze koncepty handlowe, co dostrzegli inwestorzy lokujący kapitał w tym sektorze. W efekcie 23 z 35 transakcji w sektorze handlowym w 2020 r. dotyczyło nieruchomości typu „convenience”. Ten wynik stanowił rekord pod względem liczby zrealizowanych transakcji tego typu aktywów. Nasz zespół Avison Young miał przyjemność reprezentować sprzedającego, Atrium European Real Estate, przy największej transakcji w segmencie handlowym w 2020 r. – sprzedaży portfela „Tyron”, złożonego z pięciu obiektów handlowych typu „convenience” znajdujących się w pięciu różnych lokalizacjach w Polsce.

W ubiegłym roku obserwowaliśmy również wzrost znaczenia e-commerce, widoczny we wszystkich segmentach rynku nieruchomości komercyjnych. Na fali tego wzrostu, transakcje na rynku magazynowym odpowiadały za 50 proc. całkowitego wolumenu transakcji inwestycyjnych w Polsce. W przypadku segmentu parków handlowych, ten wpływ nie wydaje się jednak szczególnie duży, ponieważ produkty, jakie w większości oferują sklepy w parkach handlowych (drogerie, apteki, DIY) nie są typowe dla produktów zamawianych drogą online, takich jak obuwie, elektronika i odzież. A to z kolei sprawia, że zapotrzebowanie na szybkie zakupy, aby zrealizować podstawowe potrzeby, nie osłabnie i ruch w obiektach

typu convenience zostanie utrzymany.

Rozwój e-commerce wymusza jednak rozbudowę sieci punktów odbioru zamówień. W obiektach typu convenience punkty stacjonarne można dużo łatwiej umiejscowić niż w centrach handlowych. Są również dużo większe możliwości do zorganizowania mobilnych punktów odbioru np. raz w tygodniu prosto z pojazdu transportowego. Takie punkty przyciągają klientów, którzy mogą wygodnie odebrać paczkę i zrobić szybkie zakupy albo odbierając paczkę zrobić zakupy przy okazji.

Długa lista korzyści

Atutów obiektów typu convenience jest dużo więcej. Przede wszystkim, zapewniają szybką i sprawną realizację podstawowych zakupów, dlatego zawsze będą cieszyły się dużym powodzeniem wśród klientów, bo pozwalają oszczędzić czas.

Obiekty convenience wygrywają także pod względem realizacji usługi click-and-collect. Wiele firm, dostosowując się do wprowadzanych restrykcji i dbając o bezpieczeństwo kupujących, wprowadziło do swojej oferty usługę zakupu przez internet i odbioru w sklepie stacjonarnym. Dużo łatwiej, szybciej i bezpieczniej jest zrealizować takie zakupy z odbiorem w lokalnym parku handlowym, parkując samochód bezpośrednio pod sklepem, niż w dużym centrum handlowym, gdzie dotarcie do wybranego sklepu zajmuje więcej czasu.

Poza tym, obiekty tego typu nie były w całości zamykane w związku z wprowadzaniem kolejnych restrykcji. Dzięki temu ich obroty pozostawały na stabilnym, poziomie, pomimo mniejszego ruchu oraz wyłączenia niektórych sklepów. Z perspektywy inwestora – jest to czynnik bardzo istotny. Kolejnym plusem jest brak części wspólnych – ozna-

cza to mniejsze koszty przeznaczone na utrzymanie obiektu. Dodatkowo, w takich sytuacjach jak pandemia COVID-19, brak części wspólnych sprawia, że organizacja środków bezpieczeństwa dla kupujących spoczywa tylko na najemcach.

Nasz zespół przeanalizował dane wybranego portfolio obiektów handlowych typu convenience pod kątem wpływu COVID-19 na ich funkcjonowanie. Podczas pierwszego lockdownu, od marca do maja 2020 r., blisko 67 proc. łącznej powierzchni portfolio pozostało otwarte. Odnotowany spadek obrotów w porównaniu do 2019 r. wyniósł tylko 4,1 proc. (uwzględniając najemców raportujących obroty, obecnych w 2019 i 2020 r.). Taki wynik był zapewniony dzięki najemcom, których restrykcje pandemiczne nie dotyczyły, czyli m.in. sklepów spożywczych, aptek, drogerii, sklepów DIY.

Atuty parków handlowych sprawiają, że pojawiają się nowe pomysły na rozbudowanie tego typu konceptów, aby zwiększyć ofertę dla klienta i generować większe zyski. Pojawiają się np. tzw. „power parki”, oparte już nie na kilku, ale nawet na kilkudziesięciu najemcach. Takie obiekty dalej nie mają części wspólnych. Ich oferta jest natomiast wzbogacona o najemców oferujących bardziej wyspecjalizowane produkty czy też duże sklepy DIY

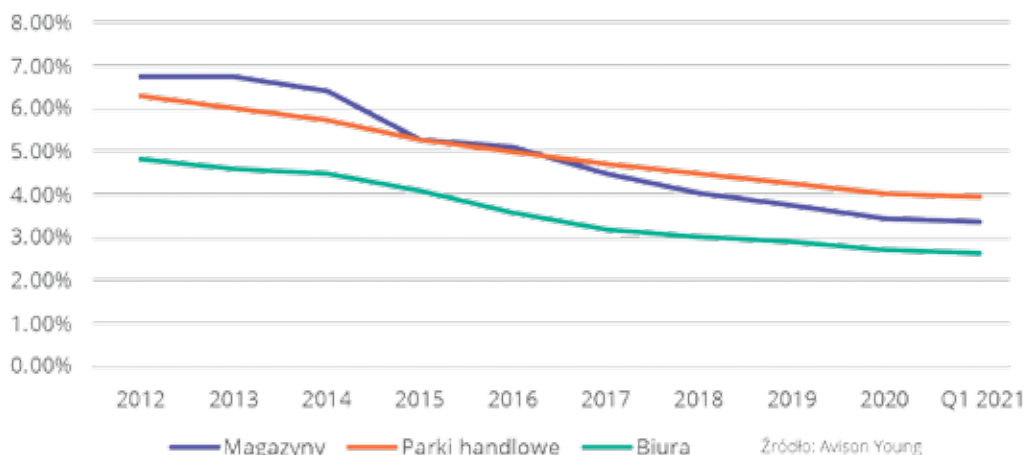
znanych międzynarodowych marek. W związku z tym zwiększa się również obszar parkingu. W tym miejscu warto jednak postawić pytanie, czy korzystniejszym podejściem biznesowym jest stworzenie większego obiektu z dużą liczbą najemców czy raczej mniejszego w skali, opartego na mniejszej liczbie dokładnie dobranych najemców? Co będzie lepiej przyjęte przez klientów?

Ciekawą specyfiką parków handlowych jest także segmentowość konstrukcji. Obiekty tego typu są zbudowane z pewnego rodzaju bloków, które można wybudować w pewnej części, a kolejną dobudować później lub rozbudować, w zależności od potrzeb. W przypadku większych konstrukcji, budowanie etapowe lub rozbudowa nie są możliwe lub są dużo bardziej skomplikowane i kosztownym procesem.

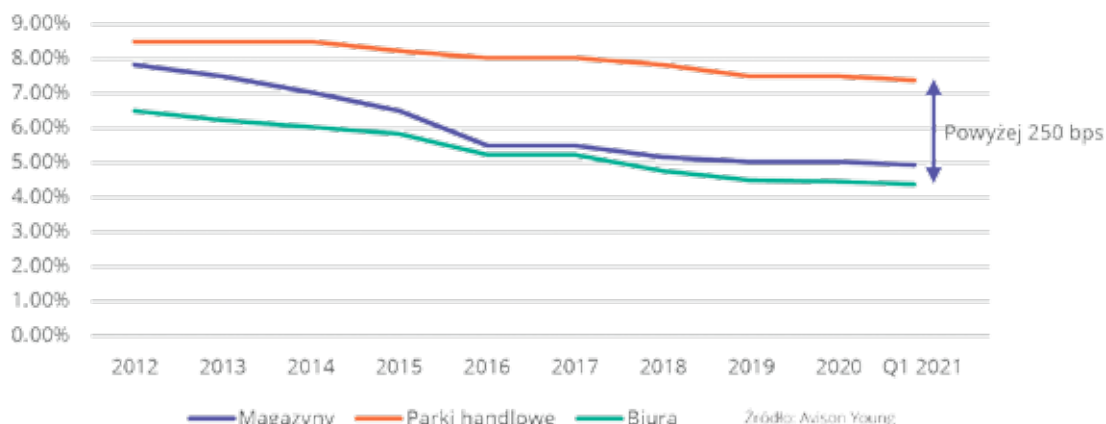
Mniejsze miasta wchodzą do gry

Dużo łatwiej jest dzisiaj znaleźć mniejsze miasto z niezaspokojoną potrzebą zakupową niż dokonać podobnej analizy w większym mieście, gdzie istniejąca oferta handlowa jest już bardzo duża zaś zwyczajnie zakupowe mieszkańców mocno zdywersyfikowane. I choć mniejsze miasta mają mniejszą liczbę mieszkańców a zatem mniejszą siłę nabywczą, to w momencie, gdy pojawi się dobrze skomuni-

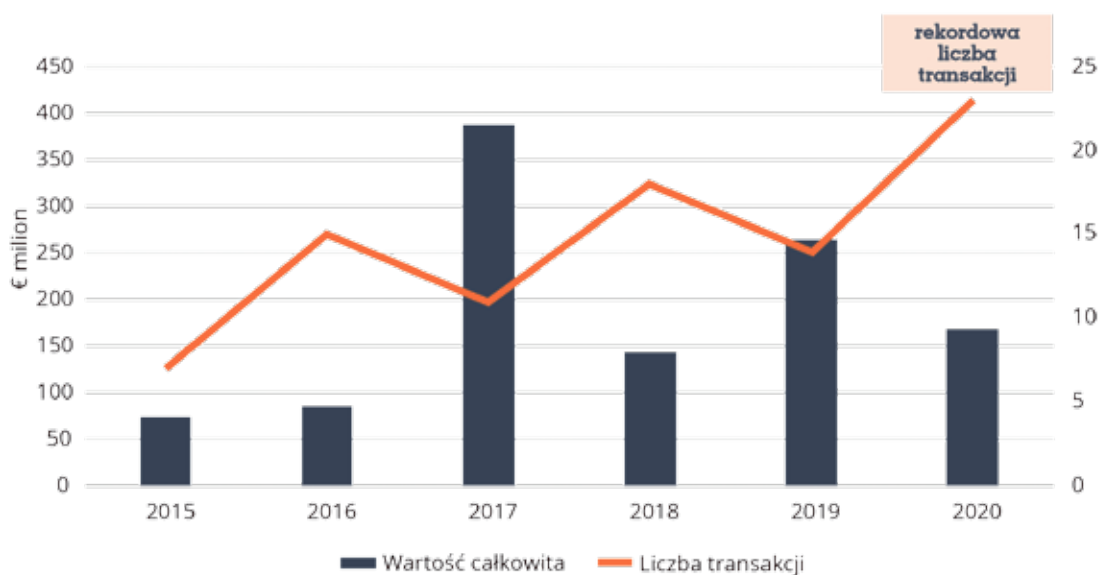
Stopy zwrotu dla najlepszych nieruchomości w Niemczech



Stopy zwrotu dla najlepszych nieruchomości w Polsce



Wartość transakcji inwestycyjnych i ich liczba na rynku parków handlowych i nieruchomości „convenience”



*1 wolumen obejmuje parki handlowe, centra typu convenience, specjalistyczne sklepy wolnostojące, wolnostojące markety spożywcze

Źródło: Avison Young

PARKI HANDLOWE I CENTRA CONVENIENCE W POLSCE

kowany park handlowy, z dobrze dobranymi najemcami, który w bliskiej odległości nie będzie miał konkurencji, zapewni on sobie stały obrót. Na przestrzeni ostatnich kilku lat parki handlowe stały się również najbardziej poszukiwaną klasą aktywów na rynku nieruchomości handlowych. Inwestorzy, którzy już wcześniej inwestowali w tego typu aktywa, zintensyfikowali swoje działania.

Obserwujemy również zainteresowanie polskimi parkami handlowymi wśród nowych graczy, którzy szczególnie szukają obiektów ze sklepami spożywczymi, jako tzw. „anchor tenant” lub wynajętych długoterminowo rozpoznawalnym i stabilnym finansowo najemcom, np. drogeriom czy sklepom typu DIY. Wynika to z chęci maksymalizacji bezpieczeństwa inwestycji i zysków w niepewnych czasach. Kolejnym powodem jest fakt, że instytucje bankowe finansujące takie projekty często wymagają obecności sklepu spożywczego, typu „anchor tenant”, jako warunku koniecznego do przyznania finansowania. Takie parki handlowe są także szczególnie poszukiwane, gdy są oferowane w transakcjach portfelowych. Czemu tak jest? Ponieważ zagranicznym podmiotom, które planują wejście na rynek inwestycyjny w Polsce, zwyczajnie nie opłaca się tworzyć całej struktury wokół pojedynczej trans-

akcji, która opiewa „tylko” na kilka milionów euro.

Jednocześnie budowanych jest wiele obiektów handlowych w pobliżu istniejących wolnostojących sklepów spożywczych. Wówczas park handlowy określany jest, jako „shadow food anchored”. Takie parki handlowe są często mniejsze, ale nadal stanowią atrakcyjny produkt inwestycyjny, zaś obecność supermarketu spożywczego w ich pobliżu przyciąga odwiedzających, generując większy ruch. Jednocześnie sąsiedztwo sklepu spożywczego posiadającego własną nieruchomość, która wydaje się długoterminowa i stabilna, powinno pozytywnie przekładać się na działalność parku handlowego.

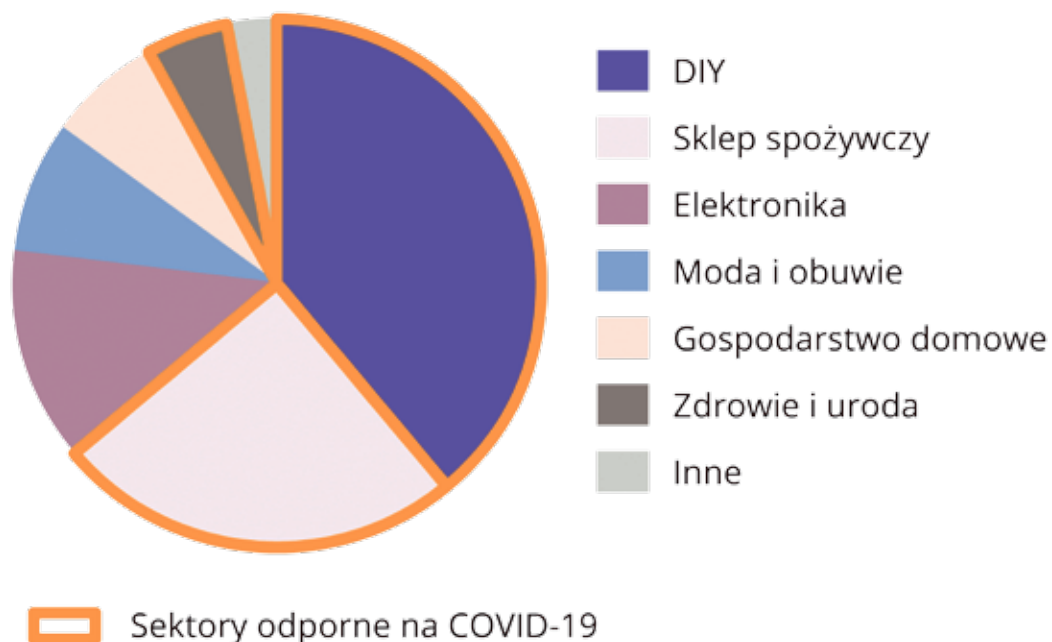
Szerokie pole do popisu

Na tle innych krajów europejskich, Polskę charakteryzuje relatywnie stabilny proces kompresji stóp zwrotu w segmencie parków handlowych. Dynamiczna kompresja stóp zwrotu w sektorach magazynowym i biurowym, zostawia szerokie pole dla dalszej kompresji stóp zwrotu na rynku parków handlowych.

Ponadto spośród państw europejskich, to właśnie w Polsce obserwujemy obecnie największą różnicę w wysokości 2,5 punktu procentowego, pomiędzy stopami zwrotu obejmującymi główne sektory rynku.

Dobór najemców odporny na COVID-19 na przykładzie analizowanego portfolio nieruchomości

Podział powierzchni ze względu na rodzaj najemcy



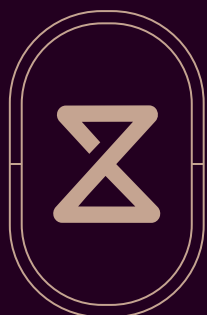
Źródło: Avison Young

Co więcej, różnica między stopami zwrotu z najlepszych parków handlowych w Polsce oraz w Europie Zachodniej wynosi 2 punkty procentowe. Z kolei w Niemczech jest

jeszcze większa – stopy zwrotu dla najlepszych parków handlowych oscylują wokół 4 proc., podczas gdy w Polsce wokół 7,5 proc. Biorąc pod uwagę atrakcyjne ceny, so-

lidnych najemców oraz odporność na zmienne sytuacje na rynku, polskie parki handlowe są atrakcyjnym produktem dla szerokiego grona inwestorów.

REKLAMA



HOME
BY ZEITGEIST



JUŻ WKRÓTCE OSIEDLE NA WYNAJEM
GDAŃSK - OLIVA, „CZYŻEWSKIEGO”
PONAD 200 MIESZKAŃ

home.re

POLSKA • CZECHY • WĘGRY • NIEMCY

