

# NIERUCHOMOŚCI



## Wracamy!

Niegdyś mawiało się, że nie zna radości życia ten, kto nie żył przed rewolucją. Oczywiście tą Wielką, francuską z 1789 r. Dziś jednak możemy z całą pewnością powiedzieć, że nie zaznał słodyczy życia ten, kto nie uczestniczył w masowym otwieraniu restauracji, pubów i knajp w miniony weekend. Tak wielki był wtedy wybuch radości, entuzjazmu i nadziei.

Na tę chwilę czekaliśmy rok. Przez ten czas gospodarka, w mniejszym lub większym stopniu, była zamknięta. Dotyczy to zwłaszcza tych wszystkich instytucji, z których korzystamy nader często: centrów handlowych, restauracji, siłowni i hoteli. Ich zamknięcie – nie nam osądzać, jak bardzo potrzebne – odbiło się nie tylko na PKB, ale też przede wszystkim na samopoczuciu Polaków. Doświadczeni przez chorobę, która dziennie zabierała dziesiątki, jeśli nie wprost setki ofiar, byliśmy zdani sami na siebie. Całe życie, do jakiego przywykliśmy, zniknęło z dnia na dzień.

Nie mogła go zastąpić swoista „konspiracja” i typowo polskie obchodzenie uciążliwego prawa. Większość z nas korzystała z usług fryzjerów (choć było to całkowicie nielegalne), część potrafiła dotrzeć do formalnie zamkniętych pubów czy restauracji. Ba, dla wtajemniczonych otwarte były także hotele. To wszystko jednak to były namiastki „normalnego życia”, na dodatek obciążone pewnym ryzykiem, przede wszystkim prawnym. Sankcje za złamanie obowiązujących przepisów epidemicznych były bowiem surowe. Pandemia jeszcze trwa, jeszcze wiele z bliskich nam miejsc jest otwartych na pół gwizdka, ale pewne jest już jedno: do końca jest bliżej, niż dalej. I daliśmy sobie radę! Teraz trzeba zrobić wszystko, by było „po staremu”, czyli tak, jak w czasach sprzed koronawirusa. Ten wielki entuzjazm, to pragnienie powrotu do normalnego życia, będzie nam w tym bardzo potrzebne. I jestem pewien, że nie zostanie ono zmarnowane.

Nie można w to wątpić, widząc rozentuzjzmowane tłumy na ulicy. To one są gwarancją, że gospodarka szybko wróci do normy, a centra handlowe, restauracje, sklepy i hotele będą jak dawniej tętnić życiem.

Redakcja

## KOMENTARZ



**Piotr Szymoński**  
Director Office  
Agency,  
Walter Herz

**Troska o środowisko leży w naszym wspólnym interesie.**

Ekologiczne rozwiązania oraz wellbeing wpisują się dzisiaj w formułę społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), zarówno po stronie inwestorów i deweloperów, jak i najemców, którzy wybierają ekologiczne budynki. Troska o środowisko jest w naszym wspólnym interesie, a jeśli takie rozwiązania pozwalają osiągnąć dodatkowo realne oszczędności, wszyscy jesteśmy na wygranej pozycji. Mam tu na myśli coraz powszechniejsze zastosowanie rozwiązań z zakresu fotowoltaiki, systemów związanych z redukcją zużycia wody, wykorzystaniem deszczówki i instalację nowych rodzajów szklanych elewacji, jak rów-

niez wprowadzanie udogodnień z zakresu car share'ingu, czy projektowanie infrastruktury dla rowerzystów. Wspomniane kwestie z zakresu wellbeingu to mocny benefit pozapłacowy dla pracowników, o których toczy się walka konkurencyjna. Poza lokalizacją nieruchomości liczą się dla nich także dodatkowe zalety, jakie oferuje miejsce pracy. Dlatego standardem rynkowym stało się certyfikowanie nowych obiektów na rynku nieruchomości komercyjnych. Przyszłością biurowego rynku są również obiekty typu mix-used. Ich znaczenie szczególnie widoczne jest w obecnej sytu-

acji rynkowej, kiedy inwestorzy dążą do jak największej dywersyfikacji portfeli. Aktualne oczekiwania najemców, którzy chcieliby mieć możliwość korzystania z różnych usług w sąsiedztwie miejsca pracy, są bezpośrednio związane z tym trendem. Inwestorzy wychodzą naprzeciw oczekiwaniom rynku i praktycznie w każdej planowanej teraz inwestycji projektują przestrzeń biurową, handlową, gastronomiczną, usługową, a także konferencyjną. Oznacza to dla nich mieszany model pozyskiwania dochodów, co finalnie podnosi rentowność kompleksów.

# KAŻDY RYNEK MA SWOJE PREMIUM

**Z Bartłojem Annusewiczem, prezesem zarządu Lions Estate, rozmawiała Agnieszka Bulus-Trando**

**Zajmują się Państwo nieruchomościami klasy premium. Jak wyglądał na nie popyt w czasie pandemii?**

Na początku pandemii, jeszcze w ubiegłym roku, rynek zamarł. Wszyscy wstrzymali biznesową aktywność. Jako doradcy nie mogliśmy pracować. Było dużo obaw, ludzie nie wiedzieli, jak pandemia będzie przebiegała. Na szczęście rynek bardzo szybko wrócił do normy. Co więcej, jeśli podsumujemy rok 2020, to był to rok rekordowy dla naszej firmy pod kątem wolumenu sprzedaży. Mam też informacje z innych firm świadczące o tym, że rynek był bardzo aktywny, było bardzo dużo transakcji.

**Czy w ostatnim czasie głównie doradzali państwo przy sprzedaży nieruchomości, czy wręcz przeciwnie? Nieruchomości stały się dobrą inwestycją i było więcej zakupów?**

Obsługujemy obydwie strony. Jest to dość nietypowe, bo większość biur nieruchomości specjalizuje się w doradztwie przy sprzedaży. Proces poszukiwań jest dużo trudniejszy, bo musimy zrozumieć potrzeby klienta, a to wymaga sporo czasu. Większość nieruchomości luksusowych sprzedajemy od strony tzw. klienta popytowego, czyli pracując dla kogoś, kto poszukuje takiej nieruchomości, a my ją znajdujemy. Mamy dużą bazę swoich nieruchomości, ale mogę powiedzieć, że wielokrotnie wręcz kreujemy oferty dla klientów, zdobywając coś, co było niedostępne. Znajdujemy nieruchomości, które nie były wystawione na sprzedaż, docieramy do ich właścicieli. Myślę, że dominują w tej chwili klienci popytowi. Mamy sporo takich, którzy szukają drogich domów, rezydencji w najbardziej prestiżowych dzielnicach. Tych ofert naprawdę jest niewiele. Mamy klientów, którzy szukają dużych, kilkusetmetrowych apartamentów w Śródmieściu, czy to w kamienicach, czy apartamentowcach. I tutaj również muszą uzbierać się w cierpliwość. To taka ciekawa sytuacja, że na rynku nieruchomości luksusowych jest teraz szansa na bardzo korzystną sprzedaż. Są bowiem zasobni klienci, dla których cena nie gra roli. Chcą po prostu nabyć nieruchomość z różnych przyczyn. Myślę, że pandemia przyspieszyła ich proces decyzyjny. Chcą po prostu gdzieś ulokować pieniądze. Ceny nieruchomości co prawda i tak rosną, ale w tych przypadkach możemy uzyskać kwoty znacznie przebijające wzrost. Trzeba brać pod uwagę również to, że taka sytuacja wkrótce się skończy. Kiedy dobiegnie kresu pandemii i rynek się uspokoi, determinacja klientów, by kupić nieruchomość za wszelką cenę, będzie mniejsza. Dlatego z jednej strony jest duże zainteresowanie, z drugiej podaż nie jest tak wielka. Rozmawiamy o sprzedaży apartamentu w kamienicy, liczącego kilkaset metrów, gdzie w ubiegłym roku, na samym początku pandemii nasz

klient go kupił za kwotę około 6 mln zł, dzisiaj jest ktoś, kto chce zapłacić 8 mln zł. Taka różnica pojawiła się w rok. Bez żadnej adaptacji.

**Doradzają Państwo, poza zakupem i sprzedażą, także w wynajmie nieruchomości premium. Czy obecnie to doradztwo skupia się na klientach korporacyjnych, czy jednak są też klienci prywatni?**

Zazwyczaj naszymi klientami są zagraniczne firmy czy ambasady. Pomagamy relokować zagranicznych menedżerów do Polski i to dla nich wynajmujemy apartamenty czy domy. Oczywiście pandemia zatrzymała wiele tych procesów. Cały czas wynajmujemy i nawet w okresie pierwszej kwarantanny, czy zaraz potem, tych wynajmów mieliśmy całkiem sporo. Ciekawostką jest to, że gro z tych wynajmów, może nie większość, ale prawie połowa, to były wynajmy zdalne. Klienci nie mogli przyjechać do Polski i my przedstawiliśmy się na pracę wirtualną. Były prezentacje online, prezentacje przez komunikatory czy nagrywanie filmów i wysyłanie ich klientom. No i transakcje podpisywane na odległość. To stało się już trwałym elementem. Dzisiaj, mimo że podróżowanie jest dużo łatwiejsze, większość klientów wynajmuje w ten sposób. Jest to jednak inna sytuacja niż przy sprzedaży, gdzie klienci chcą zawsze zobaczyć konkretny lokal. Oglądanie go na odległość, to taka swoista preselekcja, w ten sposób są zatwierdzane lub odrzucane konkretne oferty. Natomiast przed ostatecznym zakupem zawsze dochodzi do prezentacji „na żywo”. Ciekawe jest jeszcze jedno. Mieliśmy klientów, którzy posiadając własne mieszkanie w centrum, zdecydowali się na wynajem domu na obrzeżach Warszawy na czas pandemii, na pół roku czy na rok. Większość domów, które mieliśmy w ofercie, udało się wynająć.

**Co jest więc korzystniejsze, wynajem czy zakup nieruchomości?**

Bardzo ciekawe i aktualne pytanie. Do Polski wchodzi bardzo intensywnie kapitał zagraniczny, w tzw. Private Rental Sector (PRS). Tych inwestycji jest coraz więcej, mają dużą skalę. I ten najem jest przy okazji promowany. Są firmy i fundacje, które bardzo mocno lobbują na rzecz tego, że najem jest korzystniejszy, że daje elastyczność, że najem instytucjonalny jest bardziej cywilizowany. Co poniekąd jest prawdą, no bo taki duży gracz może wprowadzić bardzo usystematyzowane, ujednolicone zasady i warunki tych najmów i to daje więcej przejrzystości. Myślę, że sporo argumentów, które są tutaj przytaczane, o tym, że zakup nieruchomości to przeszłość oraz że tylko wynajem daje elastyczność, to jest tylko część prawdy. Zakup nieruchomości jest również procesem budowania majątku własnego. Był, jest i będzie. Nabywamy nieruchomości, ich wartość wzrasta, możemy nimi dysponować, możemy je potem zbywać, kupować kolejne. Moim zdaniem nie możemy również przedstawiać tego w ten sposób, że zakup nieruchomości to jest dożywotnia umowa z bankiem, że to nie my, a bank

jest właścicielem tej nieruchomości. To jest nieprawda. To my jesteśmy właścicielem, mamy po prostu kredyt. Dożywotnia umowa z bankiem w praktyce wygląda tak, że większość kredytów jest spłacanych w ciągu pierwszych dziesięciu lat. Zakup lub wynajem to po prostu czyjaś decyzja i wybór. Czy woli wynajmować, czyli też się wiązać jakąś umową z kimś, czy kupić i w ten sposób budować swój majątek osobisty. Ja akurat jestem za tym, by budować swój majątek, także nabywając nieruchomości. Dostrzegam w tym wiele korzyści, których nie daje wynajem. Wartość nieruchomości bowiem wzrasta, nieraz w krótkim czasie, a pieniądze, które wydawalibyśmy na najem, spłacają nasz kredyt. Mamy podobną elastyczność jak z wynajmem. W przypadku zmiany potrzeb życiowych możemy naszą nieruchomość sprzedać z zyskiem, kupić kolejną lub przeznaczyć środki na cokolwiek innego. To jest oczywiście indywidualna decyzja, ja sam natomiast postrzegam nieruchomości jako aktywa, składniki majątku osobistego i zamierzam inwestować w nie swoje pieniądze.

**Mówiliśmy już trochę o lokalizacjach wybieranych przez Polaków. Że coś się tutaj zmieniło, pojawiają się nowe trendy, by mieszkac na przedmieściach. Jakich nieruchomości potrzebują zamożni Polacy? Czy to jakiś pałacyk, apartament?**

Według moich obserwacji i analizy potrzeb naszych klientów uważam, że pałacyki nie są nieruchomością, która dziś jest najbardziej poszukiwana. Sądzę, że swoją świetność tego typu nieruchomości miały wcześniej. Dzisiaj klienci poza Warszawą szukają raczej nowoczesności. Naprawdę widzimy, jak duże jest zainteresowanie, kiedy mamy w ofercie nowoczesny dom na obrzeżach, który ma przemyślaną i spójną architekturę. Zainteresowanie jest ogromne. Większy problem stwarzają nieruchomości, które mają bardziej klasyczny wygląd. Jeśli chodzi o apartamenty, to coraz większym zainteresowaniem klientów cieszą się te w zrewitalizowanych kamienicach. Takich ofert jest nadal niewiele, a zainteresowanie jest ogromne. Chociaż obserwujemy stopniowy wzrost podaży naprawdę wyjątkowych apartamentów w odrestaurowanych kamienicach. Dzisiaj mamy w Warszawie kilkusetmetrowe apartamenty w kamienicach, które mają tarasy na dachu z widokiem na panoramę Warszawy. To mi przypomina Nowy Jork, Paryż i inne zachodnie stolicy, w których takie oferty były dostępne. W Polsce dotychczas ich nie było. Obecnie jest ich coraz więcej i coraz więcej szukających ich klientów. To jest bardzo pożądany produkt.

**Co decyduje o tym, że apartament jest „premium”?**

Tych definicji jest sporo. Większość z nich jest opisowa. Możemy tutaj mówić o jakości wykonania, lokalizacji, o jakości budynku, standardzie, usługach, jakie są w nim zapewniane, jak choćby siłownia czy basen. I to jest takie mniej wymierne. Mnie się bardziej podoba definicja



**Większość nieruchomości luksusowych sprzedajemy od strony tzw. klienta popytowego, czyli pracując dla kogoś, kto poszukuje takiej nieruchomości, a my ją znajdujemy. Mamy dużą bazę swoich nieruchomości, ale mogę powiedzieć, że wielokrotnie wręcz kreujemy oferty dla klientów, zdobywając coś, co było niedostępne.**

pani Karoliny Kaim, z którą współpracuję, która powiedziała, że „nieruchomości premium to jest ten jeden procent najdroższych nieruchomości”. To jest takie bardzo matematyczne, bardzo wymierne. Czyli te nieruchomości o najwyższej cenie, to właśnie są te nieruchomości premium. Można dać też przykład ceny, od której zaczyna się kategoria premium.

**Czyli od jakiej? Jakie sumy wchodzi tutaj w grę?**

Każdy rynek ma swoje premium. I dotyczy to nie tylko różnych miast, ale i różnych dzielnic. W Warszawie ta kwota się stale podnosi, teraz jest to jakieś 26 tys. zł za m<sup>2</sup>. Dzisiaj mamy sporo klientów, którzy szukają i kupują nieruchomości, które kosztują 30-35 tys. zł za m<sup>2</sup>. I te poziomy są akceptowalne.

## Polfa Warszawa z nowym centrum badawczo-rozwojowym

Deweloperzy magazynowo-przemysłowi na potrzeby firm farmaceutycznych tworzą dostosowane do ich wymagań specjalistyczne budynki. Czas globalnej pandemii pokazał wyraźnie, jak istotne jest zabezpieczenie zapasów leków. Dzięki odpowiednio wzmocnionym i zaplanowanym operacjom logistycznym oraz procesom wytwarzania leków w Polsce mamy szansę zapewnić ciągłość dostaw preparatów dla pacjentów. Z pomocą przychodzi deweloperzy magazynowo-przemysłowi, którzy na potrzeby firm farmaceutycznych tworzą dostosowane

do ich wymagań specjalistyczne budynki. Przykładem takiej współpracy będą przestrzenie nowego centrum badawczo-rozwojowego Polfy Warszawa.

**Wysoki standard**

Planowana inwestycja przy ul. Osmańskiej w Warszawie to kompleks dwóch budynków o łącznej powierzchni 24 tys. m<sup>2</sup>, które zaoferują zarówno powierzchnię magazynowo-produkcyjną, jak i wysoki standard przestrzeni biurowej. Polfa

zdecydowała się na wynajem 5,5 tys. m<sup>2</sup> nowoczesnej powierzchni magazynowo-produkcyjnej, wraz z zapleczem. Powierzchnia będzie budowana według najwyższych, rygorystycznych standardów, dotyczących rozwoju, produkcji i przechowywania leków. W trosce o zachowanie zdrowych parametrów akustycznych, w hali produkcyjnej oraz biurach zostaną zamontowane okna z zestawem trójszybowym, oraz płyty elewacyjne o wyższym współczynniku akustycznym niż w typowych magazynach.

**Najwyższy reżim farmaceutyczny**

Na potrzeby operacji planowanych w obiekcie zostanie zamontowana również specjalna antresola monolityczna na całej powierzchni magazynowo-produkcyjnej zajmowanej przez najemcę. Będą na niej rozmieszczone elementy technologii, jaką Polfa zamontuje w nowym centrum badawczo-rozwojowym, aby utrzymać powierzchnię w najwyższym reżimie farmaceutycznym. Planowane oddanie obiektu przy ul. Osmańskiej to IV kwartał 2021 r.

# Chiński inwestor Tuopu otwiera fabrykę podzespołów do e-samochodów w Poznaniu

**W Poznaniu powstanie pierwsza europejska fabryka Ningbo Tuopu Group, chińskiej firmy z branży motoryzacyjnej.**

wibracyjny, zautomatyzowany system jazdy czy system zarządzania termicznego. Tuopu otworzy w poznańskim Franowie nowoczesną fabrykę, która zagwarantuje szybkie

i płynne dostawy podzespołów do europejskich kontrahentów. Zapowiadany z początkiem pandemii trend optymalizacji dostaw podzespołów z Dalekiego

Wschodu, który mógłby zabezpieczyć ciągłość procesów produkcji w Europie, staje się faktem. Ningbo Tuopu Group, sprawdzony dostawca głównych światowych

koncernów motoryzacyjnych, uruchomi pierwszą europejską fabrykę w Polsce. To doskonały przykład nearshoringu, czyli tworzenia bezpiecznego zaplecza w zakresie budowania zapasów podzespołów dla producentów samochodów na naszym kontynencie.

Tuopu współpracuje ze światowymi liderami sektora automotive, m.in. BMW, Mercedes-Benz, Audi, Porsche, Volkswagen, Chrysler, Ford, Geely i koncernem General Motors. Poznańska fabryka o powierzchni ponad 30 tys. m<sup>2</sup> produkować będzie podzespoły do samochodów elektrycznych. Zatrudnienie znajdzie tu 450 osób.

## Tworzenie bezpiecznego zaplecza

Firma Tuopu, z siedzibą w Ningbo w Chinach, powstała w 1983 r., a od 30 lat skupia swoją działalność na branży motoryzacyjnej. Zajmuje się badaniami, rozwojem i produkcją takich rozwiązań jak system anty-

**Poznańska fabryka o powierzchni ponad 30 tys. m<sup>2</sup> produkować będzie podzespoły do samochodów elektrycznych. Zatrudnienie znajdzie tu 450 osób.**



## Niestandardowe podejście do inwestycji

Budynek będzie dostosowany pod stałe miejsca pracy, a co za tym idzie, zwiększone zostaną parametry doświetlenia światłem dziennym do 12,5 proc. oraz zostaną pogrubione izolacje ścian i dachu. Będzie wyposażony w kanały technologiczne zatopione w posadzce, a trafostacja da możliwość poboru mocy zabezpieczonej na poziomie 3 600 kVA. W ramach inwestycji deweloper zbuduje nową drogę do obsługi logistycznej nieruchomości.

Z uwagi na złożony charakter planowanych procesów, przygotowanie projektu wymagało niestandardowego podejścia do inwestycji. Na powierzchni najmu 30 tys. m<sup>2</sup> zastosowany zostanie szereg ułatwień technicznych, mających wpływ na optymalizację procesów, umożliwiającą także instalację nowoczesnego parku technologicznego.

REKLAMA

## PRZYGOTOWAĆ SIĘ NA KRYZYS

Branże najbardziej narażone na kryzys wizerunkowy są najlepiej do niego przygotowane. Z tego względu takie branże jak budowlana czy spożywcza muszą mieć przygotowane procedury, także komunikacyjne, aby wiedzieć, jak zareagować w sytuacji kryzysu – przekonuje Barbara Krysztofczyk, założycielka butiku szkoleniowo-consultingowego Krystal Point, w rozmowie z Agnieszką Bulus-Trando w BiznesINFO.TV.



**Barbara Krysztofczyk:** Możemy wyróżnić kilka podstawowych błędów popełnianych podczas kryzysów wizerunkowych. Najpoważniejszym z nich jest to, że ludzie uważają, iż kryzys ich nie dotyczy przez co nie są na niego przygotowani. Drugim błędem jest samodzielne zarządzanie kryzysem, wyłącznie na zasadzie swojej własnej intuicji, i pozwolenie, żeby emocje wzięły górę. Wtedy zaczynamy kłamać, a to największy błąd podczas kryzysu. Kolejne błędy to opieszałość w odpowiedziach, sloganowość i na sam koniec – atakowanie.

## SEKTOR HANDLOWY, DZIŚ, JUTRO I MOŻLIWOŚCI ROZWOJU

Rola sklepów stacjonarnych w przyszłości będzie się zmieniała, centra handlowe będą miejscami nie tylko dokonywania zakupów, ale też spędzania wolnego czasu w gronie rodziny, znajomych, zaspokajania potrzeb korzystania z różnego rodzaju instytucji kultury – komentuje Krzysztof Poznański, dyrektor zarządzający Polskiej Rady Centrów Handlowych, w rozmowie z Agnieszką Bulus-Trando w BiznesINFO.TV.

**Krzysztof Poznański:** Rozwój handlu internetowego i e-commerce jest niezwykle dynamiczny. Jednak kiedy centra handlowe są otwarte, ludzie do nich wracają, chcą kupować bezpośrednio, w sklepach. Poziom sprzedaż poprzez kanały e-commerce zaś spada, wraca do poziomów sprzed epidemii. Oczywiście są trendy długoterminowe, poziomy e-commerce będą rosły. Uważamy natomiast, że zawsze te kanały dystrybucji będą musiały współistnieć ze sobą. Nie będzie e-commerce bez sklepów stacjonarnych i nie będzie sklepów stacjonarnych bez e-commerce.



**SUBSKRYBUJ NASZ KANAŁ!**

**Biznes  
INFO.TV**

SUBSCRIBE