



NOWE SZLAKI na handlowej mapie POLSKI

NIEODKRYTY POTENCJAŁ MNIEJSZYCH MIAST



LATVIA

LITHUANIA

RUSSIA

BELARUS

CZECH REP.

CZECH REP.

UKRAINE

SLOVAKIA

AUSTRIA

HUNGARY

CROATIA

ROMANIA

pomorskie

zachodniopomorskie

warmińsko-mazurskie

podlaskie

kujawsko-pomorskie

mazowieckie

lubuskie

wielkopolskie

łódzkie

dolnośląskie

lubelskie

opolskie

świętokrzyskie

śląskie

małopolskie

podkarpackie

NOWE SZLAKI na handlowej mapie POLSKI

NIEODKRYTY POTENCJAŁ MNIEJSZYCH MIAST

Część I
POLSKA CENTRALNA

Colliers International Dział Badań i Doradztwa

Dział Badań i Doradztwa Colliers International zajmuje się badaniami i szeroko pojętym doradztwem dla Klientów w zakresie rynku nieruchomości komercyjnych w Polsce, w szczególności: biurowych, handlowych, przemysłowych i hotelowych. Nasza wiedza poparta jest wieloletnim doświadczeniem i wypracowanymi metodami analitycznymi, którymi wspieramy naszych Klientów w procesach decyzyjnych, określając szanse i zagrożenia oraz możliwe scenariusze wynikające ze zmieniających się warunków rynkowych.

Usługi działu obejmują analizy ekonomiczne i badania rynku nieruchomości komercyjnych z uwzględnieniem przyszłych trendów rynkowych; analizy opłacalności; analizy konkurencji; strategię inwestycyjne; analizy lokalizacji, itp.

Nasza baza danych obejmuje najbardziej aktualne informacje na temat rynku nieruchomości komercyjnych w Polsce, a ścisła współpraca z działami agencyjnymi firmy pozwala na lepsze zrozumienie indywidualnych potrzeb naszych Klientów.

Szanowni Państwo,

Mamy przyjemność przedstawić najnowszą publikację Działu Badań i Doradztwa **NOWE SZLAKI NA HANDLOWEJ MAPIE POLSKI – NIEODKRYTY POTENCJAŁ MNIEJSZYCH MIAST**. Nasz raport identyfikuje potencjalne możliwości inwestycyjne na rynku nieruchomości handlowych w mniejszych miastach w Polsce. Raport ukaże się w sześciu częściach, które będą publikowane w odstępach kwartalnych – pierwsza część raportu obejmuje Polskę Centralną.

Mamy nadzieję, że znajdziecie Państwo w tej publikacji wiele ciekawych informacji, które mogą okazać się przydatne w podejmowaniu decyzji biznesowych.

Jeżeli będziecie Państwo zainteresowani bardziej szczegółowymi informacjami na temat możliwości inwestycyjnych na rynku handlowym w Polsce lub innymi publikacjami Działu Badań i Doradztwa firmy Colliers International, uprzejmie prosimy o kontakt telefoniczny +48 22 331 78 00 lub +48 22 333 91 72.

Życzymy interesującej lektury.

Z poważaniem,



Dominika Jędrak
Dyrektor | Dział Badań i Doradztwa

Polska Centralna



Raport „Nowe szlaki na handlowej mapie Polski – nieodkryty potencjał mniejszych miast” ma na celu wskazanie potencjalnych możliwości inwestycyjnych na rynku nieruchomości handlowych w mniejszych miastach. Rynki handlowe w głównych polskich aglomeracjach są dosyć dobrze rozwinięte i rozpoznane (co nie oznacza, że są już w pełni nasycone powierzchnią handlową). Mniejsze miasta natomiast, kryją w sobie znaczny, jeszcze nie odkryty potencjał, w związku z czym warto przyjrzeć im się bliżej. Raport zostanie wydany w sześciu częściach, które będą publikowane w odstępach kwartalnych. Każda kolejna część raportu zostanie poświęcona innemu regionowi Polski.

1. REGION CENTRALNY (CZĘŚĆ I):

- województwo łódzkie
- województwo mazowieckie

1. REGION POŁUDNIOWY

1. REGION POŁUDNIOWO-ZACHODNI

1. REGION PÓŁNOCNY

1. REGION PÓŁNOCNO-ZACHODNI

1. REGION WSCHODNI

Raport zawiera przegląd rynków handlowych w miastach o liczbie ludności z przedziału 30 – 100 tys. Miasta analizowane są pod względem istniejącej i planowanej podaży nowoczesnej powierzchni handlowej oraz wskaźników ekonomicznych, takich jak stopa bezrobocia i siła nabywcza mieszkańców. Na podstawie wyników analizy stworzona została mapa wytyczająca nowe „szlaki handlowe” obejmujące miasta charakteryzujące się wysokim potencjałem ze względu na ograniczoną ilość nowoczesnej powierzchni handlowej oraz korzystne parametry ekonomiczne. Takie potencjalne luki stanowią ciekawą alternatywę dla większych miast, które są już względnie nasycone pod względem istniejącej powierzchni handlowej. Mniejsze miejscowości stanowią ciekawą opcję dla inwestorów, którzy chcą zaistnieć w nowych, perspektywicznych lokalizacjach. Mapa nowych „szlaków handlowych” może stanowić pierwszy krok do wskazania miejsc charakteryzujących się wysokim potencjałem, który może przełożyć się na sukces inwestycji.

Rynki handlowe w mniejszych miastach

Rynki handlowe w mniejszych miastach istotnie różnią się od siebie zarówno pod względem stopnia rozwoju, jak i lokalnych uwarunkowań, w związku z czym dosyć trudno je porównywać i uzyskać miarodajne wyniki. Jednak istnieją pewne kluczowe czynniki, które determinują sukces planowanej inwestycji w danej lokalizacji, należą do nich m.in. nastawienie władz lokalnych, rozwój infrastruktury, dostępność gruntów czy zwyczaje zakupowe mieszkańców. Są to istotne elementy, które mogą bardzo ułatwić realizację inwestycji bądź przeciwnie – uczynić ją wręcz niemożliwą. Poznanie danej lokalizacji wymaga szczegółowego przeanalizowania uwarunkowań lokalnych, zarówno pod kątem istniejącej i przyszłej konkurencji, jak również sytuacji społeczno-ekonomicznej, planowanych inwestycji infrastrukturalnych itp.

W przeciwieństwie do dużych aglomeracji, w których rynki handlowe rozwijają się w miarę równomiernie, w mniejszych miastach sytuacja wygląda nieco inaczej. W większości miast powyżej 30 tys. mieszkańców znajdują się supermarkety zarówno lokalne jak i sieciowe; sklepy z materiałami budowlanymi, artykułami wyposażenia wnętrz i pielęgnacji

ogrodu (tzw. DIY – „Do it yourself”) oraz domy towarowe, w większości z lokalnymi najemcami. To co wyróżnia rynki handlowe w poszczególnych miastach to obecność w niektórych z nich nowoczesnego obiektu handlowego, który na lokalny rynek dostarczył nową jakość oraz zaoferował mieszkańcom nowe doświadczenia zakupowe. Inwestorzy poszukujący możliwości w mniejszych miastach uzależniają swoje decyzje od wielu czynników, takich jak sytuacja społeczno-ekonomiczna, istniejąca lub planowana konkurencja, czy odległość od większej aglomeracji miejskiej. W związku z powyższym nie wszystkie miasta o podobnej wielkości zostaną podobnie ocenione pod względem potencjału inwestycyjnego. Obraz rynku handlowego zmienia się istotnie wraz z otwarciem nowoczesnego obiektu, który jest w stanie przyciągnąć większe, bardziej znane sieci handlowe. Analiza powierzchni handlowych w dalszej części raportu obejmuje głównie nowoczesne obiekty o powierzchni min. 5000 m². Projekty tej skali mogą przedstawić ciekawą ofertę i wywrzeć znaczący wpływ na rynek.

Województwo mazowieckie



Największe województwo w Polsce.

POŁOŻENIE	Polska środkowo-wschodnia, województwa graniczące: • Lubelskie • Świętokrzyskie • Łódzkie • Kujawsko-pomorskie • Warmińsko-mazurskie • Podlaskie
LUDNOŚĆ	5,2 mln
POWIERZCHNIA	35 558 km ²
STOLICA	Warszawa
INNE GŁÓWNE MIASTA	Radom, Płock

MAZOWIECKIE

Wybrane dane statystyczne (Tabela 1.)

	Liczba mieszkańców	Stopa bezrobocia (%)	Indeks siły nabywczej na mieszkańca *
Polska	38 200 037	11,8	100
Województwo mazowieckie	5 236 296	9,5	127
Warszawa	1 713 673	3,7	▲
Siedlce	76 365	9,4	▼
Piaseczno	71 087	7,1	▲
Pruszków	56 893	6,7	▲
Ostrołęka	53 402	14,9	▼
Legionowo	52 083	12,6	▲
Wołomin	50 912	12,9	▼
Ciechanów	45 078	16,5	▼
Otwock	44 069	8,3	▼
Żyrardów	40 990	13,7	▼
Grodzisk Mazowiecki	40 057	6,7	▲
Wyszaków	38 627	14,8	▼
Mińsk Mazowiecki	38 353	9,6	▼
Sochaczew	37 537	10,6	►

* Siła nabywcza w poszczególnych miastach w odniesieniu do średniej dla województwa

Źródło: Colliers International Poland na podstawie danych GUS i GfK Polonia

Rynek nowoczesnej powierzchni handlowej w miastach od 30 do 100 tys. mieszkańców w województwie mazowieckim:

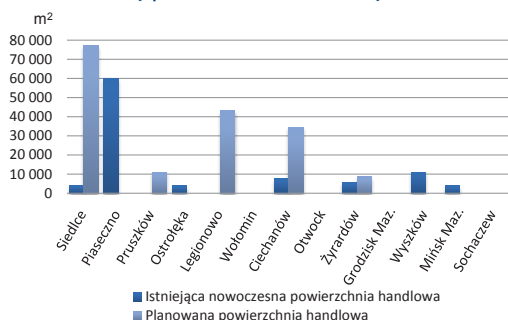
- 3 miast o liczbie mieszkańców z przedziału 30 - 100 tys.
- Na koniec III kwartału 2011 tylko w trzech miastach znajdowały się nowoczesne obiekty handlowe o powierzchni min. 5 000 m².
- Najwięcej nowoczesnej powierzchni handlowej znajduje się w Piasecznie (około 60 000 m²), gdzie zlokalizowane są dwa duże obiekty: Auchan (plany rozbudowy) oraz Fashion House, co wynika z bezpośredniego sąsiedztwa miasta z Warszawą. W Piasecznie zlokalizowany jest również sklep sieci Decathlon.
- Większe galerie handlowe zlokalizowane są również w Ciechanowie (Galeria Mrówka) oraz w Wyszku (Galeria Wyszków).
- W omawianych miastach istnieją również mniejsze obiekty handlowe (poniżej 5 000 m²), które można uznać za nowoczesne, m.in. Galeria Alius w Ostrołęce, Galeria S w Siedlcach, Galeria Partner w Mińsku Mazowieckim oraz Pasaż Handlowy Stara Przędzalnia wraz z Galeria Żyrardów w Żyrardowie.

Nowoczesna powierzchnia handlowa (Tabela 2.)

Miasto	Nowoczesna pow. handlowa (min. 5 000 m ²)	Istniejące obiekty handlowe
Piaseczno	56 000	Auchan (1996), Fashion House (2005)
Ciechanów	7 700	Galeria Mrówka (2008)
Wyszków	11 000	Galeria Wyszków (2010)

Źródło: Colliers International Poland

Mazowieckie - Istniejąca i planowana podaż nowoczesnej powierzchni handlowej (m²)



Źródło: Colliers International Poland

Nowoczesne obiekty handlowe w budowie i planowane:

- Do końca 2014 roku w pięciu miastach planowane jest otwarcie dziewięciu obiektów handlowych: w Siedlcach, Legionowie, Ciechanowie, Pruszkowie i Żyrardowie.
- Szczególną aktywność deweloperów zauważyć można obecnie w Ciechanowie i Siedlcach.
- Pięć obiektów znajduje się w budowie. Są to rozbudowy dwóch istniejących centrów handlowych: Galerii S w Siedlcach i Galerii Mrówka w Ciechanowie (o park handlowy) oraz trzy nowe obiekty: Arabella w Ciechanowie oraz dwie mniejsze galerie w Żyrardowie (Stara Garbarnia oraz Dekada Żyrardów).
- Największym planowanym obiektem jest Galeria Legionowo, której powierzchnia ma wynieść 43 000 m².

Nowoczesna powierzchnia handlowa w budowie i planowana (Tabela 3.)

Miasto	Główne planowane obiekty handlowe	Status inwestycji	Pow. (m ²)	Planowane ukończenie
Siedlce	Galeria S (rozbudowa)	w budowie	27 000	II poł. 2013
	Centrum Handlowe	planowana	50 000	2013 / 2014
Legionowo	Galeria Legionowo	planowana	43 000	II poł. 2013
Ciechanów	Galeria Mrówka (rozbudowa o park handlowy)	w budowie	11 000	III kw. 2012
	Arabella	w budowie	15 500	I poł. 2012
	Karuzela Park	planowana	8 000	
Żyrardów	Stara Garbarnia	w budowie	5 000	IV kw. 2011
	Dekada Żyrardów	w budowie	3 800	II kw. 2012

Źródło: Colliers International Poland

Województwo łódzkie



POŁOŻENIE	Polska centralna, województwa graniczące: • Mazowieckie • Świętokrzyskie • Śląskie • Opolskie • Wielkopolskie • Kujawsko-pomorskie
LUDNOŚĆ	• 2,5 mln
POWIERZCHNIA	• 18 218 km ²
STOLICA	• Łódź
INNE GŁÓWNE MIASTA	• Piotrków Trybunalski, Pabianice

ŁÓDZKIE

Wybrane dane statystyczne (Tabela 4.)

	Liczba mieszkańców	Stopa bezrobocia (%)	Indeks siły nabywczej na mieszkańca *
Polska	38 200 037	11,8	100
Województwo łódzkie	2 537 813	12,1	98,1
Łódź	732 376	10,4	▲
Piotrków Trybunalski	77 817	10,9	►
Pabianice	68 608	15	▲
Tomaszów Mazowiecki	65 424	16,3	▼
Bełchatów	60 864	10,6	▲
Zgierz	57 838	15,7	▲
Skierniewice	49 007	9,6	▲
Radomsko	48 286	14,2	▲
Kutno	46 257	16,9	▲
Zduńska Wola	43 948	12,4	▼
Sieradz	43 552	12,3	▲
Opoczno	35 837	14,8	▼
Wieluń	32 687	10,3	▲

* Siła nabywcza w poszczególnych miastach w odniesieniu do średniej dla województwa
Źródło: Colliers International Poland na podstawie danych GUS i GfK Polonia

Rynek nowoczesnej powierzchni handlowej w miastach od 30 do 100 tys. mieszkańców w województwie łódzkim:

- 12 miast o liczbie mieszkańców z przedziału 30-100 tys.
- W pięciu miastach znajdują się nowoczesne obiekty handlowe o powierzchni min. 5 000 m².
- Największa podaż nowoczesnej powierzchni handlowej (52 800 m²) koncentruje się w Piotrkowie Trybunalskim, w dwóch dużych centrach handlowych: Echo oraz Focus Mall.
- Drugim miastem pod względem ilości istniejącej powierzchni jest Sieradz, w którym w trzech obiektach handlowych – Galerii Sieradzkiej, Galerii Rondo i Dekadzie znajduje się 25 000 m² nowoczesnej powierzchni handlowej.
- Obiekty handlowe w pozostałych miastach: Pabianice – CH Echo, Bełchatów – Galeria Olimpia, Skierniewice – Tesco oraz oddana do użytku we wrześniu 2011 roku galeria handlowa Dekada Skierniewice.

Nowoczesna powierzchnia handlowa (Tabela 5.)

Miasto	Nowoczesna pow. handlowa (min. 5 000 m ²)	Istniejące obiekty handlowe
Piotrków Trybunalski	52 800	CH Echo (2000), Focus Mall (2009)
Pabianice	13 500	CH Echo (2003)
Bełchatów	9 300	Galeria Olimpia (2000)
Skierniewice	5 000	Tesco (2003)
Sieradz	25 000	Galeria Sieradzka (2008), Galeria Rondo (2011), Dekada Sieradz (2011)

Źródło: Colliers International Poland

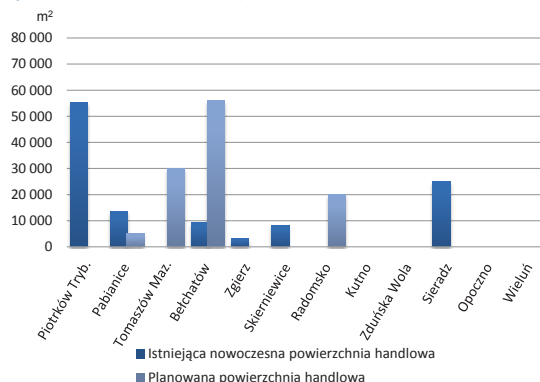
Nowoczesne obiekty handlowe w budowie i planowane:

- Na koniec III kwartału 2011 aktywność deweloperów można było odnotować w dwóch miastach, Pabianicach i Bełchatowie.
- Pabianice – w budowie znajduje się jeden obiekt o powierzchni ok. 5 000 m².
- Bełchatów – inwestorzy równolegle budują dwie galerie handlowe, które według planów zostaną dostarczone na rynek w drugiej połowie 2012 roku. Pierwszą z nich jest Galeria Olimpia, która wraz z istniejącą częścią (byłe CH Echo) będzie stanowić kompleks handlowy o powierzchni 30 500 m². Drugie centrum handlowe to Bawełnianka o powierzchni 35 000 m².
- Inwestorzy planują również obiekty handlowe w Radomsku i Tomaszowie Mazowieckim.

Nowoczesna powierzchnia handlowa w budowie i planowana (Tabela 6.)

Miasto	Główne planowane obiekty handlowe	Status inwestycji	Pow. (m ²)	Planowane ukończenie
Pabianice	Centrum Fabryka	w budowie	5 000	II kw. 2013
Tomaszów Mazowiecki	Centrum Handlowe	planowana	30 000	2014 / 2015
Bełchatów	Bawełnianka	w budowie	35 000	II poł. 2012
	Olimpia	w budowie	21 000	II poł. 2012
Radomsko	Galeria Radomsko	planowana	20 000	bd

Łódzkie - Istniejąca i planowana podaż nowoczesnej powierzchni handlowej (m²)



Źródło: Colliers International Poland

Podsumowanie

Na podstawie przeprowadzonej analizy rynku nowoczesnych powierzchni handlowych oraz czynników społeczno-ekonomicznych został określony potencjał inwestycyjny badanych miast. Dane zostały przedstawione tabelarycznie. Potencjał wynikający z czynników społeczno-ekonomicznych

(Tabela 7. i Tabela 8.) został określony na podstawie oceny stopy bezrobocia i siły nabywczej („+” sytuacja korzystna; „-” sytuacja niekorzystna) i przedstawiony za pomocą odpowiednich strzałek:

↑ - wysoki → - neutralny ↓ - niski

MAZOWIECKIE

Potencjał inwestycyjny wynikający z czynników społeczno-ekonomicznych (Tabela 7.)

Miasto	Stopa bezrobocia *	Siła nabywcza **	Potencjał
Siedlce	+	-	→
Piaseczno	+	+	↑
Pruszków	+	+	↑
Ostrołęka	-	-	↓
Legionowo	-	+	→
Wołomin	-	-	↓
Ciechanów	-	-	↓
Otwock	+	-	→
Żyrardów	-	-	↓
Grodzisk Mazowiecki	+	+	↑
Wyszaków	-	-	↓
Mińsk Mazowiecki	+	-	→
Sochaczew	+	+	↑

* Stopa bezrobocia: „+” => poniżej średniej dla Polski; „-” => powyżej średniej dla Polski

** Siła nabywcza: „+” => powyżej średniej dla danego województwa; „-” => poniżej średniej dla danego województwa

Źródło: Colliers International Poland

ŁÓDZKIE

Potencjał inwestycyjny wynikający z czynników społeczno-ekonomicznych (Tabela 8.)

Miasto	Stopa bezrobocia *	Siła nabywcza **	Potencjał
Piotrków Trybunalski	+	+	↑
Pabianice	-	+	→
Tomaszów Mazowiecki	-	-	↓
Bełchatów	+	+	↑
Zgierz	-	+	→
Skierniewice	+	+	↑
Radomsko	-	+	→
Kutno	-	+	→
Zduńska Wola	-	-	↓
Sieradz	-	+	→
Opoczno	-	-	↓
Wieluń	+	+	↑

* Stopa bezrobocia: „+” => poniżej średniej dla Polski; „-” => powyżej średniej dla Polski

** Siła nabywcza: „+” => powyżej średniej dla danego województwa; „-” => poniżej średniej dla danego województwa

Źródło: Colliers International Poland

Analiza rynku nieruchomości handlowych (istniejących i planowanych) w miastach pomiędzy 30 tys. a 100 tys. mieszkańców oraz wyniki uzyskane na podstawie oceny sytuacji społeczno-ekonomicznej pozwoliły na określenie potencjału inwestycyjnego analizowanych miast.

Wyniki zostały przedstawione za pomocą odpowiednich kolorów (Tabela 9. i Tabela 10.), które odpowiadają oznaczeniu miast na mapie.

MAZOWIECKIE

Potencjał inwestycyjny wynikający ze stopnia rozwoju rynku nieruchomości handlowych oraz czynników społeczno ekonomicznych – patrz Tabela 7. (Tabela 9.)

Miasto	Potencjał inwestycyjny
Siedlce	
Piaseczno	
Pruszków	
Ostrołęka	
Legionowo	
Wołomin	
Ciechanów	
Otwock	
Żyrardów	
Grodzisk Mazowiecki	
Wyszaków	
Mińsk Mazowiecki	
Sochaczew	

Źródło: Colliers International Poland

-  - duży potencjał inwestycyjny, niskie ryzyko inwestycyjne
-  - średni potencjał i poziom ryzyka
-  - ograniczony potencjał, wyższe ryzyko

ŁÓDZKIE

Potencjał inwestycyjny wynikający ze stopnia rozwoju rynku nieruchomości handlowych oraz czynników społeczno ekonomicznych – patrz Tabela 9. (Tabela 10.)

Miasto	Potencjał inwestycyjny
Piotrków Trybunalski	
Pabianice	
Tomaszów Mazowiecki	
Bełchatów	
Zgierz	
Skierniewice	
Radomsko	
Kutno	
Zduńska Wola	
Sieradz	
Opoczno	
Wieluń	

Źródło: Colliers International Poland

Mapa nowych szlaków handlowych

MAPA NOWYCH SZLAKÓW HANDLOWYCH

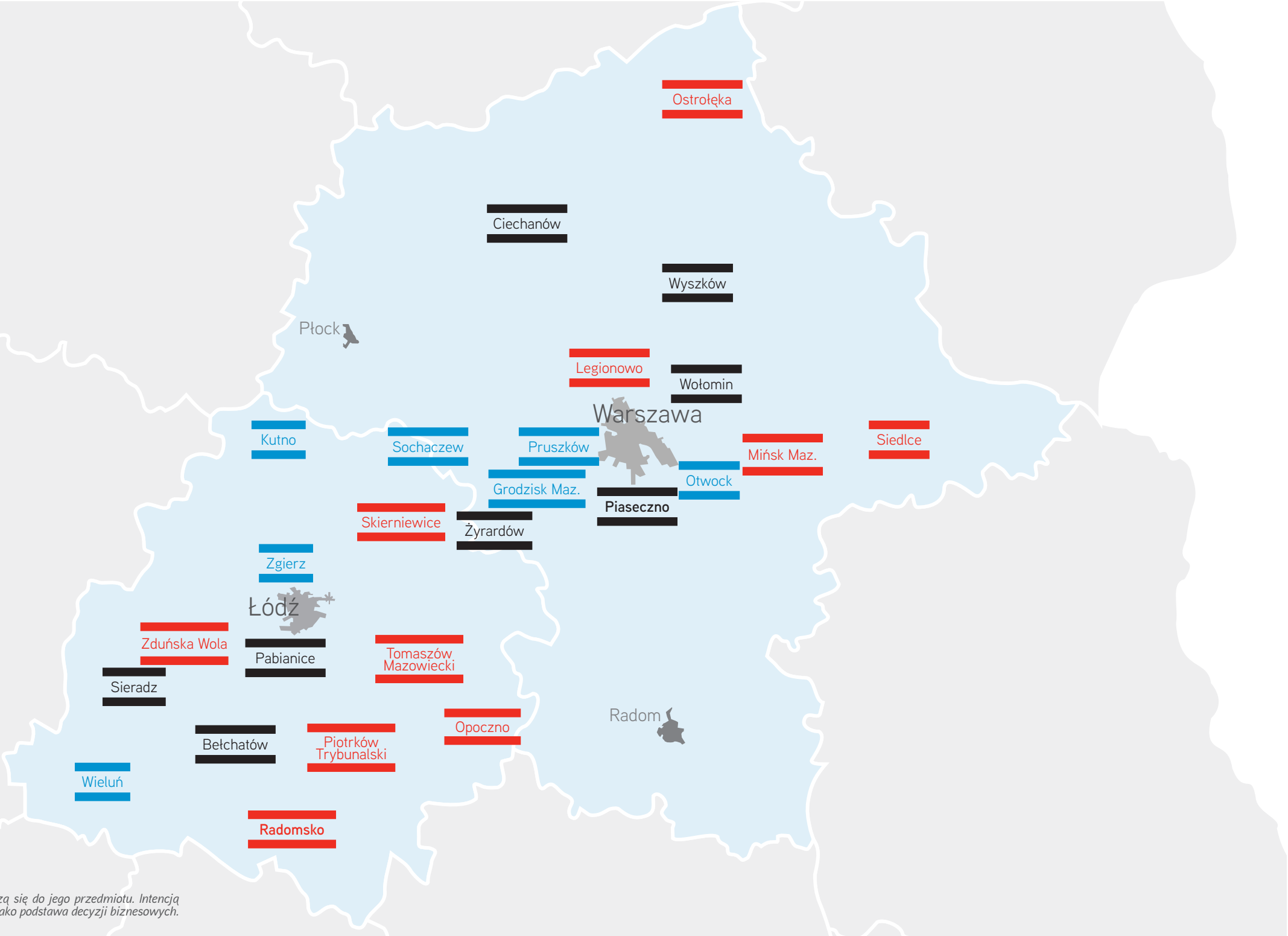
Mapa nowych „szlaków handlowych” w Polsce wskazuje na potencjał inwestycyjny mniejszych miast w danych województwach. Wyttyczone zostały 3 szlaki handlowe: niebieski, czerwony i czarny, które wskazują na istniejące szanse i stopień ryzyka inwestycyjnego. Kolory szlaków handlowych stanowią nawiązanie do stopnia trudności szlaków turystycznych, i tak: niebieski oznacza niewielki stopień trudności co w rozumieniu biznesowym przekłada się na duży potencjał i stosunkowo niewielkie ryzyko inwestycyjne. Szlak czerwony z inwestycyjnego punktu widzenia wskazuje na nieco niższy potencjał danego rynku i średni stopień ryzyka. Czarny szlak z kolei oznacza najwyższy stopień trudności, a miasta mu przypisane uważane są za lokalizacje, które w tym momencie charakteryzują się wyższym ryzykiem dla potencjalnych inwestorów (w dłuższej perspektywie czasowej sytuacja w tych miastach może ulec zmianie).

- Miasto

- duży potencjał inwestycyjny, niskie ryzyko inwestycyjne
- Miasto

- średni potencjał i poziom ryzyka
- Miasto

- ograniczony potencjał, wyższe ryzyko



Dane zawarte w raporcie przedstawiają sytuację na koniec III kwartału 2011 roku.

Niniejsze opracowanie nie wyczerpuje wszystkich zagadnień oraz aspektów, które odnoszą się do jego przedmiotu. Intencją niniejszej publikacji nie jest doradztwo inwestycyjne, zatem nie może być ona traktowana jako podstawa decyzji biznesowych.