

Niewielkie,

HANDEL Mniejsze miasta z szansą na centra handlowe

Agnieszka Janas

a.janas@pb.pl • 022-333-99-36

Deweloperzy starają się wyrównać dysproporcje między regionami w rozmieszczeniu nowoczesnych galerii handlowych.

Największe miasta Polski po 1989 r. znalazły się na pierwszej linii frontu „walki o nowoczesny handel”. Tu właśnie deweloperzy rozpoczęli inwestycje w budowę nowoczesnych powierzchni handlowych i lansowali modę na europejskie marki. Tu uczyli się, co lubią Polacy. Nic więc dziwnego, że w 8 największych ośrodkach, powyżej 400 tys. mieszkańców: Warszawie, Trójmieście, Łodzi, Poznaniu, Wrocławiu, aglomeracji śląskiej, Szczecinie i Krakowie nasycenie nowoczesnymi obiektami handlowymi wynosi średnio 406 mkw. na 1 tys. mieszkańców. Zrobiło się więc ciasno. Dlatego terenem intensywnej działalności deweloperkiej stały się miasta mniejsze.

Taniej i nie tak gęsto

Anna Bartoszewska-Wnuk z Jones Lang LaSalle (JLLS)

wskazuje na 31 miast liczących między 100 a 400 tys. mieszkańców jako na olbrzymi potencjał do zagospodarowania.

— Porównanie nasycenia powierzchnią handlową głównych miast Polski z mniejszymi ośrodkami wskazuje, że w małych miastach jest on korzystny dla deweloperów. W 13 analizowanych przez nas miastach wyniósł on 296 mkw. na 1 tys. mieszkańców — informuje Anna Bartoszewicz-Wnuk.

Przedstawicielka JLLS dodaje też, że wysokości stawek czynszowych osiąganych przez właścicieli obiektów zlokalizowanych w głównych i mniejszych miastach są porównywalne.

— Wyjątkiem jest tradycyjnie już najdroższa Warszawa. Tu stawki osiągają wysokość 80 EUR za mkw. miesięcznie, podczas gdy w pozostałych ośrodkach wynoszą one w granicach 40 do 32 EUR za mkw. miesięcznie — wylicza Anna Bartoszewicz-Wnuk.

Niedostatek atutem

W opracowanym przez King Sturge raporcie specjaliści tej agencji szczególnie zwracają uwagę na perspektywy rozwoju handlu stojące przed jeszcze mniejszymi miastami, liczącymi nawet poniżej 100 tys. mieszkańców. Ośrodki te spełniają dwa warunki ko-

nieczne do zapewnienia sukcesu deweloperom: brakuje w nich nowoczesnej powierzchni handlowej oraz znajdują się w gęsto zaludnionych regionach kraju. W swojej okolicy są zaś jedynymi większymi miastami.

Złota dziesiątka

Wytypowano 10 miast różnej wielkości, które są przyszłością handlu detalicznego w Polsce. W tej „złotej dziesiątce” znalazły się: Jaworzno (96 tys. mieszkańców i 300 tys. z okolic), Ostrów Wielkopolski (76 tys. mieszkańców i 318 tys. z dwóch sąsiadujących miast Ostrowa i Kalisza), Bełchatów (62 tys. w mieście i 50 tys. w okolicy), Stalowa Wola (66 tys. osób w mieście i 43 tys. w okolicy), Mielec (61 tys. mieszkańców i 72 tys. w sąsiednich ośrodkach), Tarnów (drugie po Krakowie miasto regionu — 118 tys. i 193 tys. w otoczeniu), Tarnowskie Góry (61 tys. osób w mieście i 76 tys. w okolicach), Głogów (69 tys. i 18,5 tys. mieszkańców), Jelenia Góra (87 tys. i 64 tys. osób) oraz największy spośród nich Toruń (205 tys. w mieście i 89 tys. w okolicach).

► **Droga stolica:** Zdaniem Anny Bartoszewicz-Wnuk z Jones Lang LaSalle, tylko Warszawa odstaje od reszty kraju pod względem cen najmu lokali handlowych. [FOT. BS]



a intratne



Na zakupy przez ulicę

W inwestycje w mniejszych miastach są naturalnym kierunkiem rozwoju. Wpływa na to kilka czynników. Po pierwsze, w dużych miastach obserwuje się już spore nasycenie nowoczesnymi powierzchniami handlowymi. A po drugie, w mniejszych ośrodkach brakuje takich obiektów handlowych, a istnieje na nie coraz większe zapotrzebowanie. Na inwestycje czekają zarówno mieszkańcy, jak i najemcy.

Trudno zaprzeczyć, że mieszkańcy mniejszych miast robią zakupy w większych, ale kiedy otrzymają podobną ofertę u siebie — będą przychodzić do sklepów znajdujących się bliżej domu. Obiekty, które warto budować poza dużymi miastami, powinny być nowoczesnymi centrami handlowymi: z supermarkietem spożywczym, sklepami odzieżowymi i częścią rozrywkową.

Mniejsze miasta to duże rynki zbytu. Takie obiekty dają najemcom bardzo atrakcyjne możliwości rozwoju sieci, pozwalają im też zaistnieć

KOMENTARZ

Jarosław Fijałkowski

prezes Parkridge CE Retail



Poza głównymi miastami Polski powinny powstawać nowoczesne centra handlowe.

w świadomości odbiorców. Widoczne jest więc zainteresowanie najemców takimi obiektami. Dotyczy to także uznanych międzynarodowych sieci odzieżowych, choć nierzadko i marek ekskluzywnych.

Podsumowując, budowa śródmiejskich galerii handlowych w mniejszych miastach w większości przypadków spotyka się z pozytywnym odzewem wśród mieszkańców. Przede wszystkim widzą oni korzyść w tym, że będą mieli szerszą ofertę dostępnych artykułów oraz możliwość robienia zakupów w miejscu swojego zamieszkania.

NAJWYŻSZE STAWKI CZYNSZU*

► Stawki w nowoczesnych centrach handlowych w odniesieniu do lokali o pow. około 100 mkw.



NASYCENIE POWIERZCHNI*

► nowoczesnych centrów handlowych i handlowo-rozrywkowych na 1000 mieszkańców



*w większych ■ i mniejszych □ miastach. Źródło: Jones Lang LaSalle

► **Potencjał:** Mate miasta to duże rynki zbytu. Dostrzega to coraz większa liczba inwestorów. [FOT. PM]

