

Najważniejsze trendy na polskim rynku nieruchomości handlowych



Najważniejsze trendy na polskim rynku nieruchomości handlowych

Rozwój centrów handlowych w Polsce dotyczy dziś przede wszystkim miast średniej wielkości oraz mniejszych, w których liczba mieszkańców oscyluje w granicach 50-80 tys. osób. - W takich lokalizacjach zwykle nie ma jeszcze nowoczesnej powierzchni handlowej, bądź jej zasoby są bardzo ograniczone. Najczęściej powstają tam małaformatowe centra handlowe o powierzchni 12-20 tys. mkw. – **mówi Renata Kuszniarska, dyrektor na Europę Centralną w firmie DTZ.** - Brak bezpośredniej konkurencji, znaczny potencjał i wysoki poziom popytu dają możliwość stworzenia centrum o charakterze regionalnym.

Mapa nowoczesnych powierzchni handlowych zagęszcza się we wszystkich regionach Polski. Trend ten widać bardzo wyraźnie np. na Dolnym Śląsku: po boomie na centra handlowe we Wrocławiu, przyszedł czas na mniejsze miasta regionu: Wałbrzych, Jelenią Górę, Świdnicę oraz Kłodzko. W mniejszych miastach dominują lokalni inwestorzy, którzy znają miejscowy rynek np. **firma Rank Progress, wywodząca się z Legnicy, intensywnie rozwija swoją działalność m.in. na Dolnym Śląsku.** Ale nie brakuje tam także dużych graczy, którzy po zagospodarowaniu rynków dużych miast, teraz rozciągają plany inwestycyjne na mniejsze ośrodki. W przyszłości niewielkie galerie handlowe o powierzchni ok. 5 tys. mkw. będą powstawać już w miejscowościach liczących ok. 15 tys. mieszkańców.

Tam gdzie poziom nasycenia rynku jest wyższy, obserwujemy ekspansję w segmencie osiedlowych centrów handlowych typu convenience. Są to niewielkie obiekty do 10 tys. mkw., w których standardowo znajduje się supermarket, nieduża galeria handlowa, podstawowe punkty usługowe, a niekiedy również fitness klub. Kluczową rolę odgrywa lokalizacja tych obiektów jak najbliżej osiedli mieszkaniowych, dzięki czemu stają się naturalnym zapleczem zakupowym i usługowym dla okolicznych mieszkańców.

Wśród dominujących trendów na polskim rynku centrów handlowych należy jeszcze wymienić lokalizację obiektów handlowych – są to głównie projekty typu „down-town” w ścisłych centrach miast. Dotyczy to zarówno obiektów budowanych od podstaw, jak i projektów rewitalizacyjnych. Nowopowstające projekty często mają multifunkcyjny charakter – łączą centrum handlowe z zapleczem biurowym, mieszkaniowym lub hotelowym. Z kolei starsze obiekty, aby sprostać konkurencji nowoczesnych centrów III i IV generacji, są renowowane, przebudowywane i rozbudowywane.