Dobry rok dla sektora nieruchomości handlowych w Polsce

08:55 2018-12-21

CIJ News iDesk II

Załączone dokumenty:

Jak szacuje JLL, podaż powierzchni handlowej w Polsce przekroczyła już 14 mln mkw., a rynek w samym 2018 roku wzbogacił się o około 417 000 mkw. nowej powierzchni w ramach wszystkich formatów. Największe otwarcia mijającego roku to premiera Forum Gdańsk (62 000 mkw.), otwarcie Libero w Katowicach (45 000 mkw.) oraz Gemini Park w Tychach (36 600 mkw.). Rosnącą popularnością cieszą się również projekty mixed-use, łączące funkcje handlowe, biurowe, rozrywkowe i gastronomiczne. W samym 2018 roku w Warszawie do użytku oddano legendarny CEDET, a także ukończono budowę Centrum Marszałkowska i kolejnego etapu Konesera. Z kolei na 2019 planowana jest premiera długo oczekiwanej Elektrowni Powiśle, a w Łodzi zostanie oddana do użytku pierwsza faza Monopolis.

„Mocną sytuację na rynku handlowym w Polsce potwierdzają również debiuty nowych marek. W tym roku w naszym kraju swoje sklepy otworzyło 29 nowych marek, w tym m.in. irlandzki Dealz, chińskie Miniso, czy niemiecki Tedi. Wiele firm poszukuje też sposobów na maksymalizację sprzedaży i dotarcia do swoich klientów poprzez tworzenie nowych konceptów, czego przykładem jest np. H&M z A' found czy LPP, które już wcześniej wykreowało markę Sinsay, ale obecnie planuje ewolucję tego konceptu odpowiadając na zmieniające się otoczenie konkurencyjne oraz wychodząc naprzeciw wymaganiom klientów. Oprócz tego na rynku przybywa ciekawie zaprojektowanych projektów handlowych, które jasno pokazują, że jakością dogoniliśmy już kraje Europy Zachodniej. To dobra wiadomość dla polskich

konsumentów, którzy mogą spodziewać się dalszego urozmaicania oferty handlowej w nadchodzącym 2019 roku”, podsumowuje Anna Wysocka, Dyrektor Działu Wynajmu Powierzchni Handlowych, JLL.