TOP 360

ZESTAWIENIE **NAJWIĘKSZYCH NAJEMCÓW CENTRÓW HANDLOWYCH** W POLSCE

Po raz drugi przedstawiamy Państwu unikalne zestawienie największych najemców centrów handlowych w Polsce. W tej edycji nasza lista urosła z 300 do 367 firm. TOP 360 to efekt pracy redakcji serwisu Propertynews.pl oraz firmy Bisnode. Jest to kompendium wiedzy obrazujące kondycję spółek rozwijających sieci sklepów, punktów usługowych i lokali gastronomicznych, a także wszelkiej innej działalności prowadzonej na terenie centrów handlowych. Przedstawiamy wyniki finansowe tych podmiotów, osoby kierujące przedsiębiorstwami czy liczbę posiadanych placówek.

Małgorzata Burzec-Lewandowska, Robert Posytek

Sieci mają się dobrze

Sieci handlowe w Polsce mają się świetnie. Potwierdzają to dane wywiadowni gospodarczej Bisnode D&B Polska. Ponad 2/3 jest w bardzo dobrej i dobrej kondycji finansowej, co doskonale wróży na przyszłość. Bowiem doskonała kondycja finansowa najemców wpływa na rosnącą liczbę galerii handlowych.

W Polsce działa około 400 centrów handlowych o powierzchni około 9,42 mln mkw. Każdego roku powstają nowe. Choć niektóre inwestycje są odkładane ze względu na trudności z pozyskiwaniem finansowania, w ciągu dwóch lat rynek ma się zwiększyć o milion mkw.

Nic dziwnego – w centrach handlowych średnio każdy z nas robi w miesiącu zakupy za 714 zł. Taki wniosek płynie z badań przeprowadzonych przez ARC Rynek i Opinia dla Galerii Jurajskiej w Częstochowie. Aż 15 proc. ankietowanych zadeklarowało, że miesięcznie wydaje w galerii od 1 tys. zł do 2 tys. zł, a 4 proc. ponad 2 tys. zł. W centrach handlowych kupujemy przede wszystkim ubrania, kosmetyki, buty i sprzęt elektroniczny.

Najwięcej pieniędzy Polacy wydają na artykuły spożywcze i przemysłowe. To blisko 570 zł miesięcznie. W sklepach z ubraniami, butami oraz akcesoriami odzieżowymi zostawiają ok. 440 zł. Najmniej środków przeznaczamy na restauracje, bary, fast foody, pizzerie i kawiarnie – średnio 115 zł. W punktach rozrywki zostawiamy zaś 112 zł.

Badanie pokazuje jeszcze jedną zależność – coraz częściej do galerii Polacy idą z całą listą zakupów, a do rzadkości należą osoby, które przychodzą tylko po jedną rzecz. Dlatego też 36 proc. odwiedzających wydaje w galeriach handlowych miesięcznie kwotę od 251 do 500 zł, a zaledwie 4 proc. wydaje w sklepach mniej niż 100 zł. Podczas jednej wizyty w galerii Polacy wydają od 20 zł do nawet 1 tys. zł, ale średnio oscyluje to wokół 163 zł. Najwięcej z nas wydaje od 100 do 200 zł, a 5 proc. od 300 do 400 zł.

Powiało optymizmem wśród sieci małej gastronomii. Te od lat stanowią filar działających galerii handlowych. Statystki pokazują, że coraz więcej pieniędzy Polacy wydają w centrach handlowych, które kuszą punktami rozrywkowymi, kawiarniami, restauracjami i barami szybkiej obsługi. Niestety, dla wielu ostatnie lata na rynku były okresem bardzo trudnym – głównie za sprawą spowolnienia gospodarczego i niepewności finansowej konsumentów, którzy masowo rezygnowali z usług rynku lub zastępowali je tańszymi zamiennikami. Bardziej ostrożnie podchodzili do wydawania pieniędzy. W porównaniu z innymi branżami to naprawdę niewiele. Trend ten szczególnie mocno rysował się w ostatnich dwóch latach. Wynikał z ogólnej niepewności, strachu o utratę pracy i rosnących kosztów życia.

Pierwsze oznaki znacznego ożywienia obserwujemy od drugiej połowy ubiegłego roku. Począwszy od końca lata 2013 roku widać ogólną poprawę koniunktury na rynku. To przejawia się rosnącą sprzedażą w restauracjach. Ponadto rośnie liczba konsumentów jadających poza domem – aż 21 proc. klientów galerii deklaruje, że przychodzi do centrów handlowych, żeby skorzystać z tzw. strefy rozrywki. Połowa z nich przyznaje się, że odwiedza punkty gastronomiczne i rozrywkowe przynajmniej raz w miesiącu. To właśnie sprawia, że spadki na rynku nie były tak dotkliwe, a cały sektor pomimo trudności nadal pozostaje dochodowy. Oczywiście, nie wszędzie w równym stopniu. Niemniej wzrostowa tendencja utrzymująca się od dłuższego czasu potwierdza, że rynek odbija się od dna recesji.

Prognozy mówią, że rynek gastronomii w 2014 roku wzrośnie nawet od 3 do 5 proc. Kołem zamachowym całego sektora ma być narastający trend coraz to częstszej konsumpcji poza domem Polaków, przy ogólnej poprawie koniunktury gospodarczej. Bieżący rok ma być czasem odwilży i znacznej poprawy sytuacji dla restauratorów. Jednak sukces w kolejnych latach zależeć przede wszystkim będzie od poprawy koniunktury nie tylko polskiej gospodarki, lecz w równym stopniu rynków światowych. ▪

Tomasz Starzyk, Bisnode Polska

TOP 360 — ZESTAWIENIE NAJWIĘKSZYCH NAJEMCÓW CENTRÓW HANDLOWYCH W POLSCE

Lp.	Firma (nazwa sieci)	Liczba punktów sprzedaży	Ostatnia dostępna sprzedaż		Zysk netto 2013	Sprzedaż 2012	Zysk netto 2012	Sprzedaż 2011	Zysk netto 2011	www	Kierownictwo
7	ADE LINE SA (ALMI DECOR)	8	2012	95 980 867		95 980 867	-19 777 827	94 69	181 817	www.adeline.com.pl	Zbigniew Stanisław Mrozek (Prezes Zarządu)

Źródło: dane finansowe do zestawienia dostarczyła firma Bisnode D&B