Analizy sektorowe

RAPORT BRANŻOWY

23 października 2025

GALERIE HANDLOWE (PKD 68.20[1])

Biuro Analiz Makroekonomicznych i Sektorowych
bosbank.analizy@bosbank.pl

Łukasz Tarnawa
Główny Ekonomista
+48 696 405 159
lukasz.tarnawa@bosbank.pl

Marcin Peterlik
Ekonomista
+48 515 011 621
marcin.peterlik@bosbank.pl

W skrócie

- **W I połowie 2025 r. odwiedzalność centrów handlowych mierzona liczbą klientów na 1 mkw. powierzchni najmu była o 2,1% niższa niż w tym samym okresie poprzedniego roku.** Ten nieznaczny spadek ma miejsce po okresie stabilizacji odwiedzalności, która w 2024 r. była wyższa o symboliczne 0,2% r/r.
- **Obroty najemców prowadzących działalność w centrach handlowych były w I poł. 2025 r. nominalnie wyższe o 1,1% niż obroty w tym samym okresie poprzedniego roku.** Nominalny wzrost obrotów w centrach handlowych w I poł. 2025 r. był niższy niż w 2024 r., kiedy to wyniósł 4,3% r/r.
- **W I połowie 2025 r. do użytkowania oddano 142 tys. mkw. nowoczesnej powierzchni handlowej, o 30 tys. mkw. mniej niż w tym samym okresie poprzedniego roku.** Wolumen był nieco mniejszy niż przed pandemią – w pierwszych połowach lat 2018-19 przekazywano bowiem do użytkowania po 170 tys. mkw. powierzchni. **Nowa powierzchnia wprowadzana jest głównie w formie parków handlowych (75%) i w małych miastach do 100 tys. mieszkańców (70%).**
- **Na koniec czerwca 2025 r. w budowie lub przebudowie znajdowało się 544 tys. mkw. powierzchni handlowej (88% to parki handlowe)** z czego 340 tys. mkw. planowane jest do oddania jeszcze w 2025 r. Jest to największa ilość powierzchni w budowie od 2018 r.
- **Pustostany utrzymują się na niskim poziomie – 3,4% w ośmiu największych aglomeracjach oraz 2,1% w grupie miast do 400 tys. mieszkańców** (dane z III kw. 2024 r.).
- **W naszej ocenie, w perspektywie średniookresowej zarówno odwiedzalność jak i poziom obrotów najemców w centrach handlowych powinny utrzymywać się na stabilnym poziomie**, co oznacza zmiany rzędu kilku procent rocznie, z nieco większym prawdopodobieństwem wzrostu niż spadku. Ocena ta jest wspierana przez oczekiwany stabilny wzrost konsumpcji prywatnej (3%-3,5% rocznie w l. 2025-26) związany ze wzrostem realnych dochodów w sektorze gospodarstw domowych (4% rocznie w l. 2025-26).
- **Rozwój sektora handlowego w najbliższych latach, tak jak w ostatnim czasie, bazował będzie przede wszystkim na wprowadzaniu na rynek relatywnie małych obiektów, przede wszystkim w formacie parków handlowych.** Tego typu nowe inwestycje realizowane będą przede wszystkim w małych miastach, w tym także – tak jak w latach poprzednich – w mniejszych ośrodkach zlokalizowanych w pobliżu dużych aglomeracji miejskich.

[1] PKD 68.20 wg klasyfikacji PKD 2007. W obowiązującej równolegle od 1 stycznia 2025 r. klasyfikacji PKD 2025 omawiana działalność bez zmian oznaczona jest kodem 68.20.

SYTUACJA BIEŻĄCA

Podstawowe informacje

- Raport dotyczy sektora powierzchni handlowych, do których zaliczane są tradycyjne wielofunkcyjne galerie handlowe, a także parki handlowe i centra zakupów codziennych. Raport dotyczy obiektów o powierzchni pow. 5 tys. mkw., Sektor obejmuje też obiekty typu *mixed-use*, łączące funkcje handlowo-usługowe z mieszkaniowymi, hotelowymi i biurowymi.

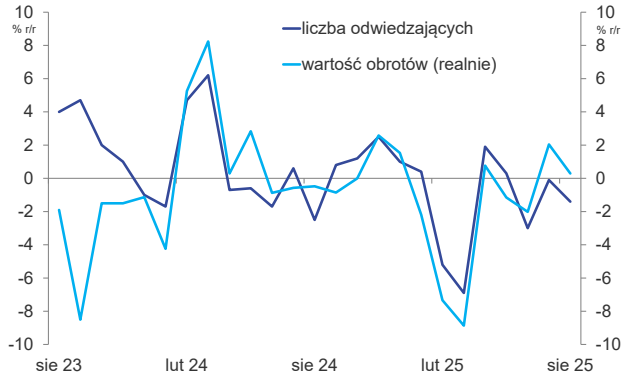
W I połowie 2025 r. odwiedzalność galerii nieznacznie spadła...

- **Według danych Polskiej Rady Centrów Handlowych (PRCH) w I poł. 2025 r. odwiedzalność centrów handlowych mierzona liczbą klientów na 1 mkw. powierzchni najmu była o 2,1% niższa niż w tym samym okresie poprzedniego roku. Ten nieznaczny spadek ma miejsce po okresie stabilizacji poziomu odwiedzalności, która w 2024 r. była wyższa o symboliczne 0,2% r/r.**

- W ujęciu miesięcznym, odwiedzalność w I poł. 2025 r. była względnie stabilna, jedynie w lutym i marcu 2025 r. odnotowano jej kilkuprocentowe spadki w ujęciu r/r – w tych samych miesiącach poprzedniego roku odwiedzalność rosła najszybciej, co w dużej mierze związane było z innym terminem Świąt Wielkanocnych (w 2024 r. w marcu, w 2025 r. w kwietniu).

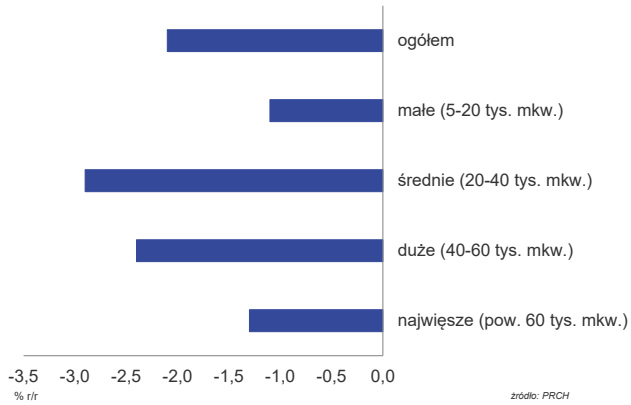
- W I poł. 2025 r. największy spadek odwiedzalności dotyczył średnich (20-40 tys. mkw.) i dużych (40-60 tys. mkw.) obiektów handlowych, gdzie klientów było mniej odpowiednio o 2,9% r/r oraz 2,4% r/r. W nieco mniejszym stopniu odwiedzalność zmniejszyła się w obiektach małych (5-20 tys. mkw.) oraz największych (pow. 60 tys. mkw.) – odpowiednio o 1,1% r/r oraz o 1,3% r/r.

Miesięczna zmiana odwiedzalności i obrotów najemców



źródło: PRCH

Zmiana odwiedzalności wg wielkości obiektów w I poł. 2025 r.



źródło: PRCH

...ale nominalne obroty najemców rosły, choć wolniej niż w 2024 r.

- **Według danych PRCH, w I poł. 2025 r. obroty najemców prowadzących działalność w centrach handlowych były nominalnie wyższe o 1,1% niż obroty w tym samym okresie poprzedniego roku.** Nominalny wzrost obrotów w centrach handlowych w I poł. 2025 r. był niższy niż w 2024 r., kiedy to wyniósł 4,3% r/r.

- **Dane PRCH wskazują, że w I poł. 2025 r. w większości kategorii obiektów obroty nominalnie wzrosły w stosunku do tego samego okresu poprzedniego roku.** Najlepiej pod tym względem radziły sobie bardzo duże centra handlowe – w tej grupie obiektów wzrost obrotów wyniósł nominalnie 3,2% r/r. W przypadku obiektów małych i obiektów dużych obroty nie zmieniły się. W obiektach średnich miał natomiast miejsce spadek nominalny o 1,1% r/r.

Wzrost obrotów w usługach, spadek w branży spożywczej

- **W I poł. 2025 r. największy wzrosty obrotów w centrach handlowych odnotowano w kategorii usługi (nominalnie 6,8% r/r).** W nieco mniejszym stopniu obroty wzrosły nominalnie w restauracjach i kawiarniach (5,1% r/r) oraz w kategorii zdrowie i uroda (5,1% r/r). W kategorii rozrywka (przede wszystkim kina) obroty wzrosły o 4,6% r/r. Warto zaznaczyć, że w przypadku działalności usługowych czynnikiem wspierającym wzrost obrotów najemców był utrzymujący się relatywnie wysoki wzrost cen.

- Nieznaczny spadek obrotów w tym okresie odnotowali najemcy, których działalność polega na sprzedaży detalicznej towarów, gdzie wzrost cen był niewielki i nie wspierał wzrostu obrotów jak w przypadku usług. **Obroty zmniejszyły się w kategorii moda i akcesoria (-0,1% r/r), oraz w kategorii artykułów spożywczych, które były niższe o 5,2% niż w tym samym okresie poprzedniego roku.** W przypadku sprzedaży żywności znaczenie ma także silna konkurencja ze strony dyskontów spożywczych.

Aktywność inwestycyjna nieco mniejsza niż przed pandemią...

- **Według danych firmy doradczej Colliers, w I poł. 2025 r. do użytkowania oddano 142 tys. mkw. nowoczesnej powierzchni handlowej, o 30 tys. mkw. mniej niż w tym samym okresie poprzedniego roku, przy czym w II kw. aktywność deweloperów była ponad dwukrotnie większa niż w pierwszych trzech miesiącach roku.** Wolumen wprowadzonej na rynek powierzchni handlowej w I poł. 2025 r. był nieco mniejszy niż przed pandemią – w pierwszych połowach lat 2018-19 przekazywano bowiem do użytkowania po 170 tys. mkw. powierzchni.

- **W efekcie łączne zasoby nowoczesnej powierzchni handlowej na koniec I połowy 2025 r. przekroczyły 13,5 mln mkw., a nasycenie nowoczesną powierzchnią handlową wyniosło 359 mkw./1000 mieszkańców (wobec 343 mkw./1000 mieszkańców rok wcześniej).**

...skoncentrowana w segmencie parków handlowych...

- Od kilku lat większość wprowadzanych na rynek obiektów stanowią parki handlowe – **w I poł. 2025 r. w formacie parków handlowych przekazano 105 tys. mkw. powierzchni, czyli prawie 75% wszystkich wprowadzonych zasobów. Złożyło się na to oddanie do użytkowania 10 nowych obiektów oraz rozbudowa**

10 obiektów już istniejących. Największy obiekt oddany do użytku w tym okresie to M Park Mrągowo (15,3 tys. mkw.) oraz część Parku Gliwice (15 tys. mkw.). Pozostałe oddane do użytku parki handlowe nie przekraczały 7 tys. mkw.

...głównie w małych miastach

- W I poł. 2025 r. nowa podaż skoncentrowana była przede wszystkim w małych miastach. Udział miast poniżej 100 tys. mieszkańców w nowej podaży w I poł. 2025 r. wyniósł 70% (100 tys. mkw.). W aglomeracjach oddano w tym czasie wspomniany obiekt w Gliwicach oraz outlet wyprzedażowy w Krakowie.

- Wciąż zatem utrzymuje się postpandemiczny trend polegający na dynamicznym rozwoju segmentu mniejszych obiektów handlowych, pełniących przede wszystkim funkcje zakupowe i zlokalizowanych zazwyczaj w strefach zamieszkania lub w ich bezpośrednim sąsiedztwie. Dodatkowo trend ten wspiera fakt, że w dużych miastach nasycenie największymi obiektami handlowymi jest na tyle duże, że inwestorzy dostrzegają większy potencjał rozwojowy w mniejszych lokalizacjach.

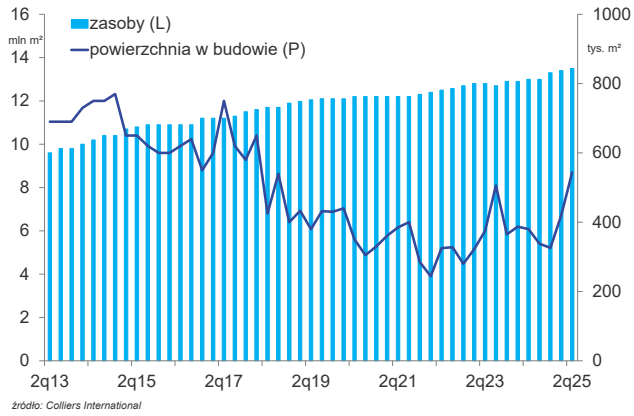
- Warto w tym miejscu podkreślić, że w ocenie ekspertów PRCH, ze względu na odmienny cel i ofertę, **parki handlowe, pomimo swojego szybkiego rozwoju, nie konkurują bezpośrednio z tradycyjnymi dużymi centrami handlowymi.** Dowodem na to jest powrót odwiedzalności tradycyjnych centrów handlowych do poziomów sprzed pandemii, mimo dużej ekspansji rozwojowej segmentu parków handlowych w tym czasie. Parki handlowe pełnią inną rolę w niż tradycyjne centra handlowe, w których odwiedzający poszukują nie tylko podstawowych artykułów, ale również marek premium, oferty gastronomicznej, rozrywkowej oraz rekreacyjnej. Odmienne funkcje, rozmiary, układy i dobór najemców każdego z formatów zapewniają, że ich oferta jest komplementarna, a nie konkurencyjna.

Dużo powierzchni w budowie, głównie parki handlowe...

- **Według danych Colliers, na koniec czerwca 2025 r. w budowie lub przebudowie znajdowało się 544 tys. mkw. powierzchni handlowej z czego 340 tys. mkw. planowane jest do oddania jeszcze w 2025 r. Jest to największa ilość powierzchni w budowie od 2018 r. i tylko nieco niższa w l. 2014-17 gdy w budowie pozostawało 600-700 tys. mkw. powierzchni.** Wskazuje to na dużą aktywność inwestycyjną w segmencie obiektów handlowych.

- **Obecnie buduje się przede wszystkim parki handlowe – 88% powierzchni w budowie na koniec I poł. 2025 r. to obiekty właśnie w tym formacie.** W budowie jest kilka dużych, jak na ten format, obiektów, m.in. Park Handlowy Silesiana w Dzierżoniowie (19 tys. mkw.), OTO Park w Siemianowicach (17,5 tys. mkw.) czy park handlowy Targowa w Lubartowie (17 tys. mkw.).

Powierzchnia w centrach handlowych



Pustostany w centrach handlowych (8 aglomeracji)

- Na rynku rysuje się też trend przebudowy istniejących wcześniej centrów handlowych w kierunku formatu parku handlowego – przykładami mogą być Nowe Glinki w Bydgoszczy (19 tys. mkw.) czy S1 Dąbrowa Górnicza (13 tys. mkw.), gdzie wcześniej zlokalizowane były obiekty handlowe przy hipermarketach Carrefour i Auchan.

- Większość powierzchni w budowie zlokalizowana jest w miastach poniżej 100 tys. mieszkańców. Deweloperzy decydują się na lokalizację swoich obiektów w coraz mniejszych miejscowościach, liczących ok. 10 tys. mieszkańców, czego przykładem są parki handlowe budowane w Grodkowie i Trzebiatowie.

...i zamknięcia kilku większych obiektów

- W pierwszej połowie 2025 r. ogłoszone zostało zamknięcie kilku większych obiektów handlowych, mi.in Galerii Bemowo w Warszawie, Galerii Dębiec w Poznaniu oraz Galerii Galaktyka we Wrocławiu. Zamykanie tych obiektów związane jest z dużym zapotrzebowaniem na działki pod realizację osiedli mieszkaniowych w dużych miastach.

Niski poziom pustostanów

- **Najnowsze dostępne dane dotyczące stopy pustostanów pochodzą z III kw. 2024 r., kiedy to udział wolnej powierzchni handlowej w obiektach zlokalizowanych w 8 największych metropoliach wynosił 3,4%. (spadek o 0,2 pp. w stosunku do III kw. 2023 r.).** Był to poziom niższy niż przed pandemią (na koniec 2019 r. udział powierzchni niewynajętej wynosił bowiem 4,1%), choć nieco powyżej minimów notowanych w 2016 r. Z nieoficjalnych informacji rynkowych wynika, że sytuacja pod względem wielkości niewynajętej powierzchni handlowej nie zmienia się istotnie w ostatnim czasie.

- **Natomiast średnia stopa pustostanów w miastach od 170 tys. do 400 tys. mieszkańców (Białystok, Bydgoszcz, Częstochowa, Kielce, Lublin, Radom, Rzeszów Toruń) w III kw. 2024 r. wynosiła 2,1% i była niższa o 0,2 pp. niż w tym samym okresie poprzedniego roku.**

- Jako główne czynniki wpływające na utrzymujący się obecnie niski udział pustostanów wskazać można:

- stabilizację poziomu odwiedzalności centrów handlowych po pandemicznym kryzysie i związaną z tym stabilizację aktywności najemców w sektorze handlowym,

- wprowadzanie na rynek głównie małych obiektów, o lokalnym charakterze oferujących najemcom lokale o mniejszej powierzchni, które rzadko pozostają niewynajęte,

- niską podaż nowych dużych obiektów handlowych, strukturalnie bardziej narażonych na ryzyko pustostanów,

- wycofywanie z rynku handlowego mniej atrakcyjnych z punktu widzenia klientów i najemców obiektów handlowych.

Rynki lokalne (stan na koniec 2024 r.)

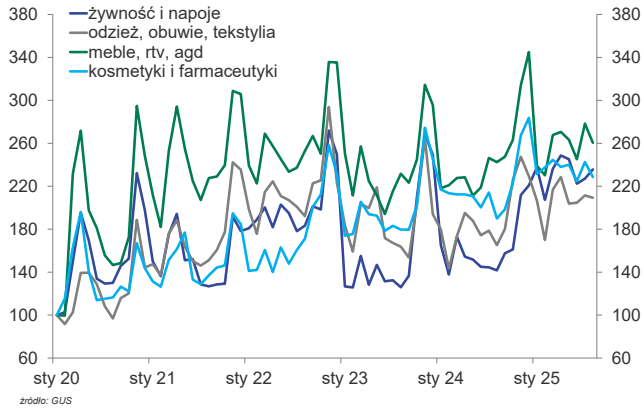
Miasto	Liczba centrów handlowych	Zasoby powierzchni	Wsp. pustostanów
		tys. m²	%
Warszawa	60	1 850	3,1
Kraków	20	660	2,0
Poznań	22	660	4,6
Wrocław	28	790	5,4
Trójmiasto	30	850	3,6
Metropolia Górnośląska	50	1 200	3,7
Łódź	15	600	1,1
Szczecin	12	400	2,1
Lublin	16	410	4,9
Bydgoszcz	8	240	1,0
Białystok	9	240	1,2
Częstochowa	5	150	2,6
Toruń	7	150	0,9
Radom	5	155	2,2
Kielce	7	125	0,8
Rzeszów	8	230	1,0

Źródło: Colliers International

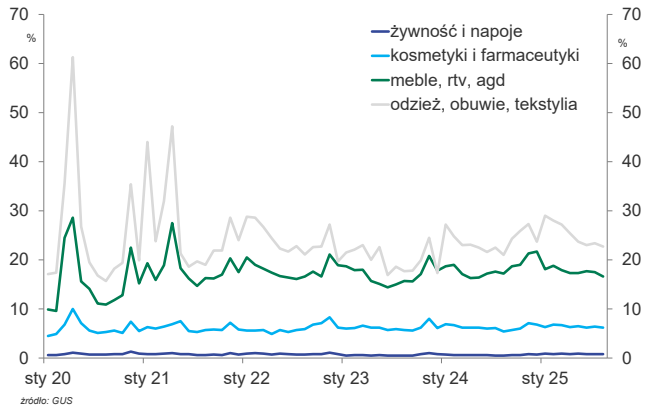
Ustabilizowany e-handel elementem nowej rzeczywistości

- E-handel, którego rozwój silnie zdynamizował się w okresie pandemii, jest kanałem sprzedaży detalicznej stanowiącym konkurencję dla tradycyjnego handlu, w tym dla handlu prowadzonego w centrach handlowych. **Udział sprzedaży przez internet utrzymuje się jednak od dłuższego czasu na stabilnym poziomie i z punktu widzenia najemców powierzchni w galeriach handlowych nie jest już traktowany jako czynnik ryzyka, ale jako element nowej rzeczywistości, do którego należy się przystosować.**

Zmiana sprzedaży detalicznej przez internet (sty 2020=100)



Udział sprzedaży przez internet w sprzedaży detalicznej



- Sposobem takiego przystosowania jest tworzenie modelu omnichannel, który łączy sprzedaż internetową i tradycyjny handel. Może to np. polegać na wyborze produktów on-line i ich odbiorze w tradycyjnym sklepie (w przypadku odzieży możliwość przymierzenia na miejscu i ewentualnej rezygnacji z zakupu bez konieczności odsyłania). Galerie mogą tworzyć własne platformy zakupowe integrujące sklepy należące do najemców i zachęcające do zakupów właśnie w tych sklepach np. poprzez odpowiednio skonstruowane programy lojalnościowe.

- **Szacunkowy udział sprzedaży przez internet jest obecnie prawie dwukrotnie wyższy niż przed pandemią – w 2019 r. wynosił ok. 4,5%, natomiast wg danych GUS, w okresie styczeń-lipiec 2025 r., było to średniomiesięcznie ok. 8,8%.** Widoczne są znaczące różnice branżowe – np. na rynku żywności, sprzedaż internetowa to mniej niż 1% sprzedaży ogółem, podczas gdy na rynku odzieży to obecnie 25%, a na rynku mebli oraz sprzętu rtv-agd 15%-20%.

PERSPEKTYWY, CZYNNIKI RYZYKA

Oczekiwana stabilizacja odwiedzalności i obrotów

- **W naszej ocenie, w perspektywie średniookresowej zarówno odwiedzalność jak i poziom obrotów najemców w centrach handlowych powinny utrzymywać się na stabilnym poziomie, co oznacza zmiany rzędu kilku procent rocznie, z nieco większym prawdopodobieństwem wzrostu niż spadku.**

- Kluczowym czynnikiem warunkującym zmiany odwiedzalności i obrotów w galeriach handlowych będzie sytuacja dochodowa gospodarstw domowych i związane z nią dynamika konsumpcji. Według naszego scenariusza **spożycie w sektorze gospodarstw domowych w I. 2025-26 rosło będzie realnie o ok. 3%-3,5% rocznie. Wzrost spożycia wynikał będzie ze wzrostu dochodów gospodarstw domowych, które rosły będą realnie o ok. 4% r/r**. Choć tempo wzrostu dochodów będzie wyraźnie wolniejsze niż w 2024 r. (11% r/r), to stabilny wzrost siły nabywczej pozytywnie wpływał będzie na obroty w handlu.

- **Czynnikiem pozytywnie wpływającym na odwiedzalność centrów handlowych będzie trwające dostosowanie strukturalne sektora do nowych preferencji klientów** – coraz większa liczba mniejszych obiektów (parki handlowe, centra zakupów codziennych) nastawionych przede wszystkim na funkcję zakupową. Postępujący rozwój mniejszych centrów handlowych w małych miastach skutkuje wzrostem zainteresowania zakupami w tego typu obiektach ze strony mieszkańców tych miast, dla których wcześniej barierą mogła być konieczność dojazdu do centrum handlowego w pobliskim średnim lub dużym mieście.

- **Równolegle, wzrost odwiedzalności będzie wspierany przez odbudowę zainteresowania części klientów innymi niż zakupowe funkcje galerii handlowych (np. gastronomia, rozrywka).** Podtrzymujemy ocenę, że ta sfera działalności sektora obiektów handlowych nie będzie jednak w najbliższych latach stanowiła głównego motoru napędowego dla jego wzrostu, jak miało to miejsce przed wybuchem pandemii.

Nowe inwestycje – nadal parki handlowe, nadal małe miasta

- **Rozwój sektora handlowego w najbliższych latach, tak jak w ostatnim czasie, bazował będzie przede wszystkim na wprowadzaniu na rynek relatywnie małych obiektów, przede wszystkim w formacie parków handlowych.** Tego typu nowe inwestycje realizowane będą przede wszystkim w małych miastach, w tym także – tak jak w latach poprzednich – w mniejszych ośrodkach zlokalizowanych w pobliżu dużych aglomeracji miejskich.

- Taki scenariusz rozwoju sektora jest silnie wspierany przez tendencje rynkowe z ostatnich lat, a także dane odnoszące się do obiektów handlowych znajdujących się w budowie oraz w planach inwestorów.

- Według informacji dostępnych w raporcie PRCH, kluczowi uczestnicy rynku wskazują, że **segment parków handlowych i obiektów typu convenience jest daleki od nasycenia i w najbliższych latach będzie się wciąż intensywnie rozwijał.** Dokładne prognozowanie momentu nasycenia rynku pozostaje wyzwaniem. Inwestorzy obecnie intensywnie nabywają aktywa, nie zwracając szczególnej uwagi na potencjalne nasycenie rynku. Celem tych działań jest szybkie zabezpieczenie najatrakcyjniejszych nieruchomości, zanim dojrzałość rynku stanie się oczywista. W najbliższym czasie na rynku pojawią się starsze, bardziej przystępne cenowo parki handlowe, a równocześnie w ich otoczeniu starsze parki handlowe będą musiały szukać alternatywnych najemców, takich jak parki trampolin, przedszkola czy inne formy działalności. Tę transformację będziemy obserwować w nadchodzących latach.

- W odniesieniu do dużych obiektów, działających w formie tradycyjnych galerii handlowych oczekiwać należy natomiast dalszego ich modernizowania i przebudowywania (w tym w kierunku obiektów typu mixed-use) przez właścicieli, tak aby lepiej i efektywniej mogły funkcjonować na zmienionym po pandemii rynku handlowym.

Spadek produkcji budowlanej mniejszy niż w ubiegłym roku

- Miernikiem aktywności inwestycyjnej w sektorze handlowym są zmiany produkcji budowlano-montażowej w kategorii obiektów handlowych. **Według naszych szacunków, w I kw. 2025 r. produkcja budowlano-montażowa w**

segmencie budynków handlowych obniżyła się w ujęciu realnym o 7% r/r, a w II kw. utrzymała się realnie na poziomie sprzed roku. W 2025 r. aktywność budowlana w segmencie budynków handlowych utrzymuje i będzie się utrzymywała na niskim poziomie, choć w pierwszej połowie roku spadek nie był już tak głęboki jak 2024 r. poprzednim, kiedy to w skali całego roku szacowany przez nas spadek produkcji budowlano-montażowej wyniósł realnie 24% r/r.

- **W naszej ocenie wzrost aktywności budowlanej w tym segmencie możliwy będzie w 2026 r., ale skala tego wzrostu będzie umiarkowana.** Zastrzec jednak należy, że dane te dotyczą wszystkich kategorii budynków handlowych, z których obiekty wielkopowierzchniowe, w tym aktywnie teraz budowane parki handlowe, stanowią tylko niewielką część.

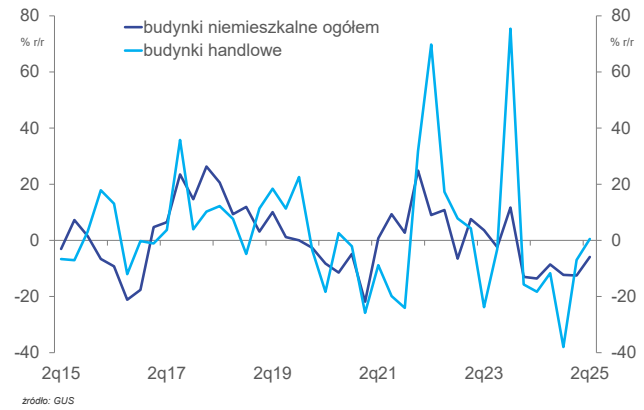
Utrzymuje się spadek liczby pozwoleń na budowę

- **W 2024 r. liczba pozwoleń wydanych na budowę budynków handlowych spadła o 2% r/r. Był to trzeci z rzędu rok spadku liczby wydanych pozwoleń, choć spadek ten był wyraźnie mniejszy niż w l. 2022-23, kiedy to wynosił odpowiednio 9% r/r i 14% r/r. W I kw. 2025 r. sytuacja nie zmieniła się – liczba pozwoleń spadła o 5% r/r.** Także w tym przypadku statystyki (podobnie jak statystyki produkcji budowlanej w tym segmencie budynków) tylko w niewielkim stopniu dotyczą obiektów wielkopowierzchniowych, dlatego świadczą raczej o szerokich planach inwestycyjnych i ogólnym nastawieniu inwestorów na rynku handlowym i nie odnoszą się bezpośrednio do segmentu centrów handlowych.

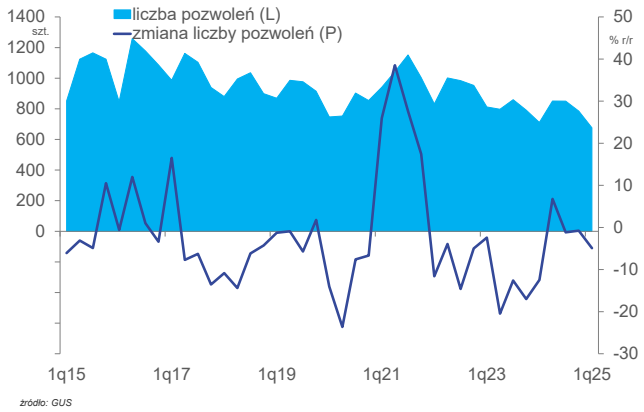
Wzrost kosztów budowy stabilizuje się

- Koszty budowy, które 2-3 lata temu były poważną barierą inwestycyjną na rynku budowlanym, obecnie mają mniejsze znaczenie. Wyraźnie wyhamowało tempo wzrostu kosztów budowy obiektów handlowych – **cena wybudowania budynku handlowego[2] była w lipcu 2025 r. wyższa o 3% r/r**, wobec 5,3% r/r rok wcześniej i wobec szczytu na poziomie prawie 17% r/r pod koniec 2022 r.

Tempo zmian wartości produkcji budowlano-montażowej (realnie)

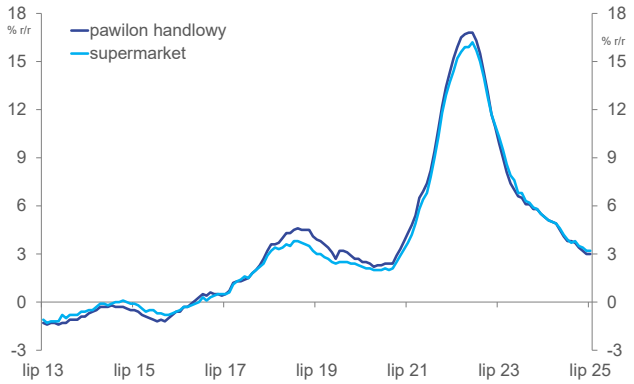


Pozwolenia na budowę budynków handlowych



[2] Cena jaką inwestor płaci firmom wykonawczym, obejmująca wszystkie elementy kosztów budowy (robocizna, materiały, opłaty administracyjne)

Koszty budowy (ceny) obiektów handlowych



źródło: GUS

Zmiana cen materiałów budowlanych

źródło: PSB

- **Przyczyną hamującej dynamiki wzrostu cen budowy są głównie spadające od dwóch lat ceny materiałów budowlanych. Według danych Polskich Składów Budowlanych, ceny materiałów pozostają obecnie niższe niż przed rokiem (w lipcu 2025 r. o 1,2% r/r), a niewielki wzrost w ujęciu r/r utrzymuje się jedynie w przypadku kilku produktów (płyty OSB, cement).**

- **W naszej ocenie w 2026 r. tendencja cenowa może się odwrócić i ceny materiałów budowlanych zaczną rosnąć.** Powodem będzie oczekiwane zwiększenie aktywności w segmencie budownictwa infrastrukturalnego, które będzie generowało wzrost popytu na materiały budowlane, co z kolei wspierało będzie wzrost ich cen. Zastrzec jednak należy, że nie wszystkie grupy materiałów wykorzystywanych w budownictwie budynków są powszechnie wykorzystywane w budownictwie inżynieryjnym, jednak wiele kluczowych grup produktowych znajduje zastosowanie w obu segmentach budownictwa (m.in. cement, beton, wyroby z betonu, stal i wyroby stalowe czy chemia budowlana).

- Drugim ryzykiem kosztowym, który w 2026 r. podnieść może koszty budowy budynków handlowych są koszty wynagrodzeń. Czynnikiem wpływającym na wzrost wynagrodzeń w sektorze budowlanym będzie rosnący popyt na pracowników przy większym ryzyku odpływu z polskich budów części pracowników z Ukrainy.

Nie są dostępne informacje o wynikach finansowych...

- Wyniki finansowe sektora galerii handlowych nie są wyodrębniane i udostępniane przez GUS, ponieważ **działalność ta jest połączona w Polskiej Klasyfikacji Działalności z innymi segmentami rynku nieruchomości** (m.in. budynki biurowe, obiekty magazynowe, obiekty wystawowe). Dlatego też nie możemy przedstawić oceny sytuacji finansowej podmiotów będących właścicielami lub zarządzających galeriami handlowymi.

...ale sytuacja rynkowa może wskazywać, że są dobre

- Choć wyniki finansowe centrów handlowych, podobnie jak podmiotów działających w każdej innej branży, są z pewnością zróżnicowane, to wydaje się, że aktualnie w sektorze przeważają czynniki mogące wskazywać na dobrą

(średnio) sytuację finansową właścicieli obiektów. Przemawia za tym przede wszystkim:

- **utrzymujący się niski poziom pustostanów** – choć nie są dostępne aktualne dane na ten temat, to wiadomo, że udział pustostanów w dużych obiektach zlokalizowanych w aglomeracjach w I. 2024-25 utrzymuje się poniżej 4%. Można założyć, że w mniejszych obiektach typu parki handlowe pustostanów jest obecnie jeszcze mniej, o czym świadczy duże utrzymujące się zainteresowanie tym formatem ze strony inwestorów i deweloperów,

- **stabilny poziom stawek czynszowych z ewentualną możliwością wzrostu** z uwagi na większą skłonność właścicieli do podnoszenia czynszów w warunkach niskiego poziomu pustostanów,

- **wprowadzanie na rynek dużej liczby nowych, mniejszych obiektów**, które projektowane były i są już z uwzględnieniem nowych, post-pandemicznych uwarunkowań rynkowych i wprowadzenie na rynek w małych miejscowościach gdzie konkurencja dla tego typu obiektów jest ograniczona. Dzięki temu efektywność takich obiektów może być większa niż w przypadku wielu działających wcześniej centrów handlowych,

- **trwający i planowany proces przebudowy części istniejących (zazwyczaj dużych) obiektów**, w celu dostosowania ich do obecnych uwarunkowań rynkowych, a w konsekwencji oczekiwana poprawa ich efektywności.

Wyzwania związane z ESG

- W sektorze obiektów handlowych widoczne jest rosnące znaczenie kwestii ekologicznych. W kolejnych latach znaczenie to będzie jeszcze rosło, tak ze względów regulacyjnych (m.in. wymagana zeroemisyjność wszystkich nowych budynków w UE od 2030 r. i budynków po modernizacji od 2032 r.), jak i obiektywnych uwarunkowań ekonomicznych, takich jak np. konieczność ograniczania kosztów zużycia energii czy konieczność spełnienia określonych wymogów z obszaru ESG warunkująca pozyskanie finansowania bankowego.

- Wyzwaniem dla części właścicieli obiektów handlowych będzie w coraz większym stopniu konieczność raportowania niefinansowego z zakresu ESG, który od 2028 r. obejmie duże firmy, a od 2029 r. małe i średnie firmy notowane na giełdzie. Już teraz pojawiają się jednak wyzwania związane z raportowaniem ESG – pomiędzy właścicielami obiektów handlowych a najemcami narasta spór dotyczący tego, na której ze stron ciąży obowiązek zbierania danych i przygotowywania raportów np. dot. zużycia energii, źródeł jej pochodzenia czy śladu węglowego. Właściciele i zarządcy budynków chcą nałożyć na najemców obowiązek raportowania w tym zakresie (np. poprzez wprowadzanie tzw. zielonych umów najmu), natomiast najemcy stoją na stanowisku, że pełna odpowiedzialność za pozyskiwanie informacji i raportowanie leży po stronie właścicieli budynków.

WAŻNA INFORMACJA: Niniejszy materiał ma charakter prognozy, został opracowany wyłącznie w celu informacyjnym i nie może być traktowany jako doradztwo ani porada inwestycyjna. W szczególności nie może być traktowany jako oferta lub rekomendacja do zawierania jakichkolwiek transakcji. Nie jest to forma reklamy ani oferta sprzedaży jakiejkolwiek usługi oferowanej przez BOŚ Bank. Przedstawione w niniejszej publikacji opinie i prognozy są wyrazem niezależnej oceny autorów w momencie ich wydania i mogą ulec zmianie bez zapowiedzi. Informacje, w tym dane statystyczne, zawarte w materiale pochodzą z ogólnie dostępnych, wiarygodnych źródeł, jednak BOŚ Bank nie może zagwarantować ich dokładności i pełności. BOŚ Bank nie ponosi odpowiedzialności za skutki decyzji podjętych na podstawie informacji zawartych w niniejszym materiale.

Niniejszy dokument stanowi własność BOŚ Bank. Materiał może być wykorzystywany do opracowań własnych pod warunkiem powołania się na źródło. Powielanie bądź publikowanie niniejszego raportu lub jego części bez pisemnej zgody BOŚ Bank jest zabronione.

Bank Ochrony Środowiska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie przy ul. Żelaznej 32, 00-832 Warszawa, zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS: 0000015525 NIP: 527-020-33-13; kapitał zakładowy: 929 476 710 zł wpłacony w całości.