

Po okresie stagnacji w 2008 i 2009 roku w Polsce przybywa centrów handlowych. Tylko w latach 2011-2012 planuje się do oddania aż 17 tego typu obiektów w całym kraju. Obok nowych, rozbudowywane są także te o pozycji lidera na rynku. W Katowicach powstaje właśnie największy kompleks handlowy na południu Polski. Rozbudowa Silesia City Center, która zakończy się jesienią 2011, kosztować będzie prawie 50 milionów euro, a centrum zwiększy swoją powierzchnię z 66 do 86 tys. m. kw.

Nowa powierzchnia w Silesii ma przyciągnąć do miasta nie tylko sieci handlowe lecz również marki z najwyższej półki.

Inwestorzy chwalą sytuację w Polsce

Tylko w 2009 roku otwarto w całej Polsce centra handlowe o łącznej wartości 1 mld euro. Dzięki temu powierzchnia handlowa wzrosła o 20% - czytamy w raporcie Cushman&Wakefield. Także 2010 rok zapowiada się na plus, bo w całej Polsce trwają budowy. Przykładem jest rozpoczęta w sierpniu rozbudowa Silesia City Center, największego kompleksu handlowego na Śląsku i w Zagłębiu. Inwestycja realizowana przez austriackiego inwestora – Immofinanz Group, jest dziś jedną z największych i najdroższych inwestycji komercyjnych w Katowicach. Jej łączna wartość to 50 milionów euro. Jak zapewnia przedstawiciel inwestora – Walter Woelfler, na decyzję o rozbudowie wpłynęły trzy czynniki – rekordowe obroty Silesia City Center - prawie 1 mld złotych w 2009 roku, sprzyjająca inwestycjom sytuacja ekonomiczna w Polsce i olbrzymie zapotrzebowanie na powierzchnie do wynajęcia w obecnym budynku Silesia City Center.

- Inwestycje komercyjne po okresie stagnacji w 2008 i 2009 roku związanym z kryzysem na światowych giełdach wracają do gry. Rynek zaczął znów sprzyjać tego typu inwestycjom. Na Śląsku najwyraźniej widać ten rozwój, jeśli nie powiedzieć boom na galerie handlowe. W samych Katowicach realizowane są aż 2 tego typu inwestycje. Największą inwestycją jest Silesia City Center. Rozwój kompleksu ma na celu ugruntować pozycję Silesii jako lidera wśród centrów handlowych na Śląsku – mówi Walter Woelfler z Immofinanz Group. I dodaje: - Na rozwój branży retail wpływa przede wszystkim rosnący poziom zamożności Polaków, którzy w odróżnieniu do Brytyjczyków, Niemców czy Francuzów, w ostatnich latach wydają coraz więcej w centrach handlowych. To nabywcy i ich wydatki nakręcają popyt na galerie handlowe, stając się głównym motorem rozwoju tego rynku w Polsce, a zwłaszcza na Śląsku - mówi.

Śląsk, tu się buduje

I faktycznie, Śląsk od pewnego czasu staje się coraz atrakcyjniejszy dla inwestorów, zainteresowanych budową centrów handlowych. W listopadzie 2010 oddano do użytku Agorę Bytom w Bytomiu. Na początku 2011 zaplanowane jest rozpoczęcie prac związanych z budową Galerii Katowickiej. Na jesień 2011 planuje się także otwarcie nowej części Silesia City Center. Na tym jednak nie koniec. Do 2013 roku ma powstać pierwsze centrum handlowe w Jaworznie – Jaworzno City Center. Rozbudowany zostanie także Fashion House w Sosnowcu. Budują także Gliwice – tamtejszy Focus Mall otwiera się na koniec 2012 roku. Pomimo nowych inwestycji w regionie, Immofinanz patrzy z optymizmem w przyszłość, bo ile pozostałe centra handlowe w regionie będą musiały dopiero walczyć o swoją pozycję, Silesia City Center ją tylko ugruntuje – twierdzi inwestor.

- Silesia pozycjonowana jest na rynku, jako centrum handlowe klasy A, w którym obok popularnych marek sieciowych, można znaleźć marki z najwyższej półki, takie jak: Burberry, Marc Cain, Max Mara, Liu Jo, D&G, VJC Versace, których nie znajdziemy ani w centrum Katowic, ani w żadnym innym centrum handlowym w regionie. Taka też będzie nowa część Silesii – zapowiada Woelfler. Pierwsze efekty już widać. Rozpoczęta jesienią komercjalizacja 20 tys. m kw. dobudowywanej powierzchni przyciągnęła do Silesia City Center bardzo wielu najemców z najwyższej półki.

- Komercjalizacja 60 nowych punktów handlowych w dobudowywanej części Silesii idzie w kierunku przyciągnięcia marek luksusowych, do tej pory w ogóle nieobecnych na Śląsku. Przykładem jest Red Valentino, Guess Denim, Calvin Klein Jeans oraz pierwszy na Śląsku salon Van Graaf z olbrzymią ilością marek z najwyższej półki. Ważnym aspektem

jest także to, jak traktowana przez potencjalnych najemców jest dziś Silesia City Center. To nie jest kolejne centrum handlowe, Silesia postrzegana jest przez najemców podobnie jak prestiżowe ulice dużych europejskich miast – podkreśla Woelfler.

Miliardy w luksus, czego szukają Polacy?

Trend w komercjalizacji widoczny w Silesia City Center znajduje także swoje przełożenie w ostatnich wynikach badań. Według KPMG tylko w 2010 rynek dóbr luksusowych w Polsce będzie wart 27 miliardów złotych. Jak szacują analitycy, w najbliższych trzech latach te wydatki mogą wzrosnąć nawet o połowę. Dostrzegają to prestiżowe marki, które do tej pory omijały szerokim łukiem centra handlowe, bardziej inwestując w salony na znanych ulicach dużych miast.

– Marki luksusowe zaczynają być ważne dla Polaków. Coraz częściej chcemy je także znaleźć w odwiedzanych przez nas centrach handlowych. Dlatego wśród najemców coraz częściej pojawiają się tak znaczące marki jak Penny Black, Weekend by Max Mara czy Pinko. Ten trend, powszechny już we Francji czy Wielkiej Brytanii, zaczynają dostrzegać luksusowe marki szykujące ekspansję w Polsce – mówi Małgorzata Ryfa, Dyrektor ds. Wynajmu Silesia City Center. I dodaje: - Wyraźnie widać wzrost zainteresowania marek luksusowych centrami handlowymi o silnej pozycji na rynku. Już dziś wiemy, że od jesieni 2011 w Silesia City Center będzie salon Van Graaf, który zapewni Silesii obecność olbrzymiej ilości marek z najwyższej półki – dodaje Ryfa.

Silesia City Center