

## Retail Institute: Zamknięcie galerii byłoby najgorszym z możliwych scenariuszy

data aktualizacji: 2020.10.30



**Wprowadzenie dalszych ograniczeń dla branży centrów handlowych skutecznie zniweczy szansę na częściowe odrobienie utraconych przychodów w najważniejszym okresie roku dla branży handlowej - zwracają uwagę przedsiębiorcy, skupieni wokół Retail Institute i apelują, aby nie ograniczać ich działalności w najważniejszym, przedświątecznym okresie zakupów.**

Wysokie koszty zabezpieczenia przestrzeni obiektów handlowych przed wirusem i znacząco zmniejszone obroty niemal wszystkich branż już postawiły ich w trudnej sytuacji.

*- W toku walki z pandemią, rząd powinien objąć szczególną opieką zarządców centrów handlowych i operujące w nich firmy handlowe, usługowe i rozrywkowe aby zagwarantować ciągłość pracy centrów. Zamknięcie galerii byłoby najgorszym z możliwych scenariuszy, również dla klientów - mówi Anna Szejma, prezes Retail Institute.*

- Handel internetowy nie przejmie obowiązku handlu tradycyjnego z uwagi na zbyt małą skalę, zróżnicowane preferencje zakupowe klientów i ograniczone możliwości logistyczne firm kurierskich, które już 10 dni przed kulminacyjnym momentem świąt nie są w stanie zagwarantować klientom dostawy na czas - podkreśla.

**Ostatni kwartał roku to tradycyjnie okres przygotowań Polaków** do najważniejszych świąt - Bożego Narodzenia. Znaczący wzrost obrotów i liczby klientów obserwujemy pod koniec listopada wraz z zadomowioną już w kalendarzu zakupowym akcją Black Friday. Jednak kulminacyjnym czasem jest grudzień, kiedy wzrost odwiedzin w stosunku do innych miesięcy roku sięga nawet 54 procent, a poszczególne branże biją wówczas rekordy sprzedażowe.

Oto poszczególne kategorie, które już od połowy listopada odnotowują znaczące wzrosty wartości sprzedaży.

- o Biżuteria +175 proc.
- o Książki, muzyka, multimedia, gry +99 proc.
- o Art. dla dzieci i kobiet w ciąży +78,6 proc.
- o Galanteria skórzana +53,4 proc.
- o Bielizna +50,5 proc.
- o **Health & Beauty +45,2 proc.**
- o Moda męska +44,7 proc.
- o Elektronika +39,1 proc.
- o Moda mieszana +28, 2 proc.
- o Moda damska +25 proc.

### **Dłuższe przeceny i wzmożone wydatki na utrzymanie bezpieczeństwa**

W 2020 roku, dotkniętym pandemią koronawirusa, można spodziewać się wydłużenia okresu przecen, ale i zdecydowanie głębszych obniżek na większą ilość asortymentu. Branża handlowa, podobnie jak w poprzednich latach, liczy, iż wyniki sprzedaży w tym okresie będą wysokie i tym razem pozwolą jej odpracować straty, poniesione z powodu lockdownu.

Zarządcy centrów handlowych będą ponosić w tym roku podwyższone koszty przygotowania przestrzeni w obiektach, aby dobrze przygotować się do przyjęcia wzmożonej liczby klientów. W tym celu są w stałym kontakcie z Sanepidem, skrupulatnie dbając o utrzymanie rygorów bezpieczeństwa. Budżety firm są dzisiaj bardzo napięte, a wszelka przerwa w handlu czy ograniczenie, mogą być obciążeniem niemożliwym do poniesienia.

### **Spadki frekwencji przez godziny dla seniorów oraz nowe restrykcje i wyłączenia**

Od maja do połowy września obserwowaliśmy stopniowy, powolny powrót klientów na zakupy w galeriach handlowych. Jednak ostatni wzrost zachorowań na COVID-19, wprowadzone nowe ograniczenia i restrykcje oraz tzw. godziny dla seniorów, spowodowały spadki frekwencji w galeriach. Do 18 października były nadal nieznaczne, tydzień do tygodnia na poziomie ok 3-4 proc w monitorowanej przez Instytut grupie obiektów.

**Jednak w ostatnim tygodniu (19-25 października) drastycznie spadły** - wyniki były 41,9 procent niższe niż w tym samym okresie 2019 roku. Niestety dalsze prognozy w tym zakresie nie są optymistyczne, a branża handlowa, usługowa i rozrywkowa związana ze środowiskiem centrów handlowych potrzebuje natychmiastowego wsparcia rządu.

**Od stycznia do 25 października łącznie 140 centrów handlowych** monitorowanych przez

Retail Institute odnotowało 28,9 proc. spadek odwiedzin w porównaniu do wyników osiągniętych w tym samym okresie 2019 r. W zależności od wielkości obiektów wyniki kształtowały się tu na poziomie:

- o Centra bardzo małe (do 4999 m.kw. pow. najmu) 77,2 proc. wyników z 2019 r.
- o Małe (od 5000 do 19 999 m.kw. pow. najmu) 73,6 proc. wyników z 2019 r.
- o Średnie (od 20 000 do 39 999 m.kw. pow. najmu) 72,5 proc. wyników z 2019 r.
- o Duże i bardzo duże (> 40 000 m.kw. pow. najmu) 68,7 proc. wyników z 2019 r.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/retail-institute-zamkniecie-galerii-byloby-najgors,66267>