

## Deweloperzy magazynowi i operatorzy logistyczni są zgodni – e-commerce rozwija się w Polsce bardzo dynamicznie

Warszawa, 12 czerwca 2019 r. – Wolumen powierzchni magazynowej przeznaczony dla branży e-commerce w Polsce wynosi obecnie prawie 4 mln mkw. Najwięcej obiektów dla najemców handlujących w Internecie znajduje się w województwie łódzkim (887 000 mkw.), dolnośląskim (716 000 mkw.) oraz śląskim (621 000 mkw.) Międzynarodowa firma doradcza Cushman & Wakefield przedstawia wyniki pionierskiego badania „*Jak ugryźć e-commerce w magazynie?*”, w którym prezentuje analizę polskiego rynku magazynowego z perspektywy branży e-commerce i określa najważniejsze trendy mające największy wpływ na dalszy rozwój tego sektora.

Według dostępnych statystyk, globalne obroty branży e-commerce wynoszą obecnie 3 biliony USD rocznie, a najszybciej rosnącym rynkiem jest rynek azjatycki, którego dynamika sięga prawie 30%. Dla porównania wartość europejskiego kanału handlu w Internecie oszacowano na ponad 602 mld EUR, z czego prawie 60% generowały trzy rynki – brytyjski, niemiecki oraz francuski. W Polsce natomiast na koniec 2018 roku rynek e-commerce był wyceniany na ponad 50 mld PLN (w skali Europy jest to udział >2%), a w ciągu najbliższych kilku lat jego wartość może wzrosnąć nawet do 80 mld PLN. Głównym czynnikiem mającym wpływ na dynamiczny rozwój branży e-commerce jest przede wszystkim rozwój modelu wielokanałowej sprzedaży omnichannel oraz wzrost udziału internetowego kanału sprzedaży w całym handlu detalicznym. Sprzedawcy stawiają w centrum uwagi konsumentów, dla których zakupy powinny być wygodne, szybkie i możliwe do zrealizowania z wykorzystaniem dowolnego urządzenia. Reagując na ich potrzeby, firmy już teraz rozwijają *mobile* jako dodatkowy kanał sprzedaży. W najbliższym czasie będzie to miało znaczący wpływ m.in. na logistykę zwrotów czy poprawienie szybkości reakcji. W związku z rozwojem technologii i zyskiwaniem na znaczeniu nowych kanałów sprzedaży, najemcy z branży e-commerce będą wymuszać zmiany na rynku magazynowym.

*- Rynek powierzchni logistycznych jest odzwierciedleniem tendencji i trendów w handlu. Omnichannel, który przeobraża się coraz częściej w strategię new retail, będącą połączeniem transakcji offline, online, big data i logistyki powoduje, że magazyny przestały być już dawno miejscami rozładunku, składowania i załadunku palet, a stały się centrum osiągnięcia przewagi konkurencyjnej i tworzenia produktów oraz usług, które kreują wartość dodaną całej oferty. Nowoczesne powierzchnie logistyczne to teraz skomplikowane połączenie różnorodnych stref składowania i kompletacji, powierzchni operacyjnych i miejsc do procesowania zwrotów. Połączenie takie odnosi się również coraz częściej do symbiozy działania zasobów ludzkich i automatyki. Daleko nam jeszcze do dronów, które inwentaryzują zapasy, ale inteligentne roboty kognitywne, rozbudowane sortery i wielopoziomowe pick towery będące integralną częścią magazynowego ekosystemu nikogo już nie dziwią. Potwierdzają to nasze badania, które wskazują dodatkowo na kolejne trendy, jak np. postępująca personalizacja w zakresie VAS, a także stworzenie na magazynach punktów druku 3D – stwierdza Damian Kołata, Associate w Dziale Powierzchni Przemysłowych i Logistycznych, Cushman & Wakefield.*

### Dodatkowe informacje:

Eliza Bingül  
Cushman & Wakefield  
Tel: +48 22 820 20 20; 532 115 631  
e-mail: [media.poland@cushwake.pl](mailto:media.poland@cushwake.pl)

Piotr Sutkowski  
First Public Relations  
Tel: +48 22 88 00 417; 509 524 876  
e-mail: [media.poland@cushwake.pl](mailto:media.poland@cushwake.pl)

Całkowite zasoby rynku magazynowego w Polsce wynoszą ponad 16 mln mkw., z czego prawie 25% przeznaczonych jest do obsługi rynku e-commerce. Inwestycje w trzech województwach – łódzkim, dolnośląskim oraz śląskim odpowiadają za 56% (ponad 2,2 mln mkw. powierzchni) zasobów dla tej branży. Wśród najemców e-commerce wyróżniają się cztery kategorie: międzynarodowe firmy działające wyłącznie w kanale internetowym (Zalando, Amazon, Answear.com), firmy działające w kanale detalicznym, które rozwijają strategię Omnichannel (Smyk, Vistula Retail Group, KRM, LPP, Leroy Merlin, Decathlon, MediaMarkt Saturn), operatorzy logistyczni mający doświadczenie we współpracy z e-commerce (Arvato Bertelsmann, Fiege, Rhenus Logistics, DHL Supply Chain, Spedimex), czy firmy z branży KEP (przesyłki kurierskie, ekspresowe i paczkowe np. DHL, DPD, InPost, TNT, GLS, UPS, FedEx).

Tempo rozwoju branży e-commerce nie zwalnia. Najemcy z tego sektora wymagają nawet trzykrotnie większej powierzchni niż firmy wykorzystujące tradycyjne kanały sprzedaży. 33% ankietowanych deweloperów i 60% operatorów logistycznych stwierdziło, że prowadzi obecnie nowe projekty dla firm z branży e-commerce, a zdecydowana większość deweloperów (82%) potwierdziła, że najemcy z branży e-commerce w ostatnich trzech latach zwiększyli zajmowaną powierzchnię magazynową. Na to samo pytanie wszyscy ankietowani operatorzy logistyczni odpowiedzieli, że powierzchnia wykorzystywana do obsługi klientów z branży e-commerce powiększyła się. Co więcej, wszyscy zbadani deweloperzy uważali, że firmy z branży e-commerce będą uruchamiały w najbliższych latach nowe lokalizacje (55% - raczej tak, 45% - zdecydowanie tak). Bardziej sceptyczni byli operatorzy logistyczni – 60% z nich uważało, że nastąpią nowe otwarcia (40% - raczej tak, 20% - zdecydowanie tak). Na pytanie o prognozę dotyczącą powierzchni wszyscy operatorzy logistyczni i 92% deweloperów biorących udział w badaniu stwierdziło, że powierzchnia wykorzystywana na potrzeby operacji logistycznych w sektorze e-commerce zwiększy się. Jedynie 8% deweloperów stwierdziło, że powierzchnia pozostanie na niezmiennym poziomie.

Zarówno deweloperzy, jak i operatorzy logistyczni jako kluczowy trend na rynku magazynowym dla e-commerce wskazują coraz większą automatyzację procesów magazynowych, potrzebę otwierania centrów dystrybucyjnych w nowych lokalizacjach, a także przenoszenie operacji logistycznych z rynków niemieckiego i skandynawskiego do Polski. Okazuje się, że 94% firm zlokalizowanych w polskich magazynach obsługuje z Polski dostawy na rynek krajowy, a 56% na rynek Europy środkowo-wschodniej (Czechy, Słowacja, Węgry, Rumunia, Bułgaria i kraje bałtyckie). 100% najemców obsługuje rynki Europy zachodniej (np. rynki niemiecki, włoski, francuski). Ponadto 31% klientów obsługuje rynki skandynawskie (Dania, Szwecja, Norwegia i Finlandia), a 19% - pozostałe lokalizacje.

*- Decyzja o wyborze lokalizacji dla magazynu do obsługi e-commerce ma charakter strategiczny i jest szczególnie wrażliwa na dwa czynniki: możliwość sprawnej dystrybucji, pozwalającej na maksymalne skrócenie czasu dostawy i dostępności zasobów ludzkich. Tym samym, niezwykle istotne stają się idealna infrastruktura drogowa oraz możliwość zapewnienia kadr, mogących sprostać wyzwaniom związanym z fluktuacją popytu i szczytami sprzedażowymi. Zdarza się, że przy dzisiejszej sytuacji na rynku pracy, wybór lokalizacji jest swoistym kompromisem na rzecz tego drugiego aspektu i inwestycja zostaje zlokalizowana w rejonach o lepszej dostępności siły roboczej jak np. Polski zachodniej czy północno-wschodniej. Polska od lat oceniana jest jako znakomita lokalizacja dla międzynarodowego biznesu. Badania potwierdzają, że zarówno zakłady produkcyjne, jak i lokalne centra dystrybucyjne w Polsce pozwalają na efektywną obsługę nie tylko rynku lokalnego, ale również regionu Europy Środkowo-Wschodniej (kraje bałtyckie, Czechy, Słowacja, Węgry, Bułgaria i Rumunia), Europy Zachodniej (Niemcy, Włochy, Hiszpania, Francja, kraje Beneluxu), Europy Wschodniej (Rosja, Ukraina, Białoruś) oraz krajów skandynawskich (Dania, Szwecja, Finlandia, Norwegia). Do*

#### Dodatkowe informacje:

Eliza Bingül  
Cushman & Wakefield  
Tel: +48 22 820 20 20; 532 115 631  
e-mail: [media.poland@cushwake.pl](mailto:media.poland@cushwake.pl)

Piotr Sutkowski  
First Public Relations  
Tel: +48 22 88 00 417; 509 524 876  
e-mail: [media.poland@cushwake.pl](mailto:media.poland@cushwake.pl)

*najważniejszych atutów naszego kraju, w ocenie przedsiębiorców, należą: dostępność kadri poziom kosztów związanych z rynkiem pracy, położenie geograficzne i rozwinięta infrastruktura komunikacyjna oraz jakość infrastruktury magazynowej, jej dostępność i związany z nią koszt – stwierdza **Joanna Sinkiewicz, Partner, Dyrektor w Dziale Powierzchni Przemysłowych i Logistycznych, Cushman & Wakefield.***

*- To klient determinuje obecnie miejsce i czas realizacji transakcji. Konsumenci chcą mieć możliwość dokonywania zakupów w dowolnym miejscu i o dowolnej porze, co sprawia, że lokalizacja magazynu zapewniająca elastyczność i szybką dostawę ma kluczowe znaczenie dla powodzenia biznesu. Nie możemy zapominać również o logistyce zwrotów i re-commerce, czyli transakcjach, których przedmiotem są rzeczy zwrócone bądź używane. Operacje takie generują ogromne zapotrzebowanie nie tylko na powierzchnie magazynowe, ale i zasoby ludzkie, stąd płynie więc ogromny potencjał Polski jako europejskiego hubu logistycznego, co bezsprzecznie pokazuje nasze pionierskie badanie – dodaje **Damian Kołata.***

Pomimo wyzwań związanych z dostępnością do zasobów ludzkich, Polska jest cały czas bardzo atrakcyjna w porównaniu do rynków zachodnich. W badaniu Cushman & Wakefield na pytanie o liczbę osób zatrudnionych przy operacjach e-commerce w parkach logistycznych i magazynach, zdecydowana większość ankietowanych wskazała najwyższy przedział – powyżej 500 osób. 73% ankietowanych deweloperów i 100% operatorów logistycznych stwierdziło, że w najbliższych latach liczba pracowników będzie rosła. Jedynie 27% deweloperów uważało, że liczba pracowników zmaleje. Natomiast według danych Eurostat polski rynek pracy jest wciąż jednym z najbardziej atrakcyjnych w Europie, szczególnie jeśli godzinowe koszty pracy w naszym kraju (10,1 EUR) zostaną porównane w Niemcami (34,6 EUR), czy Danią (43,5 EUR).

*- Szczególnym zainteresowaniem obdarzają Polskę firmy związane ze sprzedażą internetową. Przy ogromnej dynamice cechującej tę branżę, zapotrzebowaniu na siłę roboczą, znaczeniu dystrybucji – pod kątem jakości i kosztów – Polska jawi się jako idealny wybór lokalizacyjny dla centrów dystrybucyjnych firm z sektora e-commerce. Stąd wynika niesłabnące zainteresowanie tej branży naszym krajem oraz rosnąca liczba najemców związanych ze sprzedażą internetową, szukających lokalizacji do obsługi rynków zachodnich, skandynawskich i środkowoeuropejskich” – dodaje **Joanna Sinkiewicz.***

*12 czerwca br. podczas śniadania biznesowego „Jak ugryźć e-commerce w magazynie?” w restauracji Concept 13 w Warszawie, międzynarodowa firma doradcza Cushman & Wakefield przedstawiła wyniki pionierskiego badania rynku powierzchni logistycznych wykorzystywanych do obsługi branży e-commerce w Polsce. W ankiecie wzięli udział wszyscy deweloperzy i najwięksi operatorzy logistyczni w kraju. Badanie zostało przeprowadzone w pierwszym kwartale 2019 roku. Pełne wyniki i raport dostępne są na stronie [cushmanwakefield.pl](http://cushmanwakefield.pl) oraz [industrial.pl](http://industrial.pl).*

Szukasz magazynu na wynajem lub potrzebujesz pomocy w obliczeniu wysokości pomocy publicznej w Specjalnej Strefie Ekonomicznej? Wejdź na [industrial.pl](http://industrial.pl)

#### **O Cushman & Wakefield**

Cushman & Wakefield (NYSE: CWK) jest wiodącą na świecie firmą doradcą świadczącą usługi na rzecz najemców i właścicieli nieruchomości komercyjnych. Cushman & Wakefield należy do grupy największych firm doradczych na rynku nieruchomości, zatrudnia ok. 51 tysięcy pracowników w 400 biurach i 70 krajach na całym świecie. W 2018 roku jej przychody wyniosły 8,2 mld USD. Do najważniejszych usług świadczonych przez firmę należą zarządzanie nieruchomościami, obiektami i projektami, pośrednictwo w wynajmie

#### **Dodatkowe informacje:**

Eliza Bingül  
Cushman & Wakefield  
Tel: +48 22 820 20 20; 532 115 631  
e-mail: [media.poland@cushwake.pl](mailto:media.poland@cushwake.pl)

Piotr Sutkowski  
First Public Relations  
Tel: +48 22 88 00 417; 509 524 876  
e-mail: [media.poland@cushwake.pl](mailto:media.poland@cushwake.pl)



powierzchni, obsługa transakcji na rynkach kapitałowych, wyceny i inne. Więcej informacji można uzyskać na stronie: [www.cushmanwakefield.pl](http://www.cushmanwakefield.pl) lub na Twitterze: [@CushWakeCE](https://twitter.com/CushWakeCE).

**-KONIEC-**

**Dodatkowe informacje:**

**Eliza Bingül**  
Cushman & Wakefield  
Tel: +48 22 820 20 20; 532 115 631  
e-mail: [media.poland@cushwake.pl](mailto:media.poland@cushwake.pl)

**Piotr Sutkowski**  
First Public Relations  
Tel: +48 22 88 00 417; 509 524 876  
e-mail: [media.poland@cushwake.pl](mailto:media.poland@cushwake.pl)