

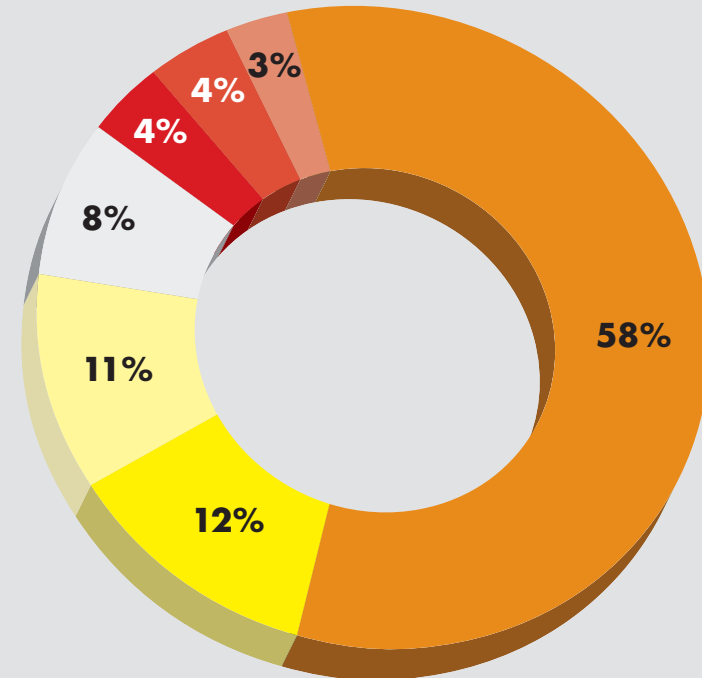
RAPORT HANDEL2026

SIECI DETALICZNE I CENTRA HANDLOWE W POLSCE



Jedyny tego typu w Polsce coroczny kompleksowy przegląd aktualnej sytuacji polskiego rynku handlu detalicznego, uwzględniający: sieci handlowe (food i non-food), centra i galerie, rynek FMCG oraz produkty, usługi i technologie dla branży. Oddzielna część Raportu zostanie poświęcona przedstawieniu obrazu dzisiejszego, polskiego konsumenta. Uznane i cenione kompendium wiedzy oraz narzędzie pracy dla wszystkich uczestników rynku handlowego w Polsce.

Całość zawartości Raportu HANDEL 2026 powstaje we współpracy z najbardziej uznanymi analitykami i firmami badającymi rynek handlu detalicznego w Polsce i charakteryzuje się wysokim poziomem merytorycznym oraz bogactwem najbardziej aktualnych danych i analiz.



STRUKTURA ODBIORCÓW

Przedstawiciele zarządów, dyrektorzy rozwoju i menedżerowie w sieciach food i non food	58%
Inwestorzy i właściciele	12%
Zarządcy centrów handlowych	11%
Dostawcy produktów, urządzeń, wyposażenia i technologii dla handlu	8%
Biura architektoniczno-projektowe	4%
Przedstawiciele instytucji finansowych i profesjonalni analitycy rynku	4%
Inni	3%

Nakład:
6000 egz. wersja drukowana,
20000 egz. wersja elektroniczna

RAPORT HANDEL2026

SIECI DETALICZNE I CENTRA HANDLOWE W POLSCE



CZĘŚĆ I

SIECI HANDLOWE

Aktualna sytuacja sektora handlu detalicznego w Polsce. Nowe formaty handlowe. Konsolidacja, fuzje, przejęcia. Nowe trendy i zjawiska rynkowe. Mapa 50 największych sieci handlowych. Komentarze prezesów i analityków rynkowych.



CZĘŚĆ II

CENTRA HANDLOWE

Scenariusze dalszego rozwoju rynku centrów handlowych w Polsce. Procesy ekspansji w małych i średnich miejscowościach. Nowe marki najemców. Mapa centrów handlowych. Największe otwarcia w roku 2026 oraz planowane inwestycje. Sposoby pozyskiwania kapitału. Wypowiedzi zarządców i najemców.



CZĘŚĆ III

KLIENT

Zwyczaje zakupowe polskiego konsumenta. Zakupy w różnych formatach sklepów. Poziom lojalności klientów. Mapa potencjału nabywczego wybranych typów nabywców. Preferencje i oczekiwania dzisiejszego konsumenta. Liczne komentarze przedstawicieli firm badawczych. Wykorzystanie nowych kanałów komunikacji, serwisy społecznościowe, buzz marketing, casual marketing.



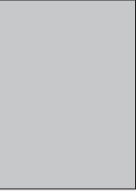

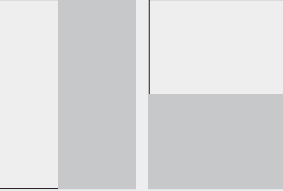

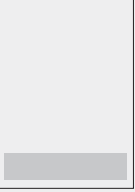

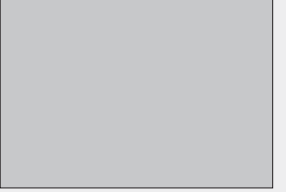
CZĘŚĆ IV

WYPOSAŻENIE, TECHNOLOGIE I USŁUGI DLA HANDLU

Trendy w aranżacji i wyposażeniu wnętrza sklepów. Systemy fiskalne i wagi. Systemy IT poprawiające efektywność działania sieci handlowych. Innowacyjne rozwiązania POS i Digital Signage w miejscu sprzedaży. Nowoczesne programy lojalnościowe. Nowości rynkowe. Logistyka i magazyn. Baza danych kluczowych dostawców.

RAPORT HANDEL2026

SIECI DETALICZNE I CENTRA HANDLOWE W POLSCE

<u>Format</u>	<u>Szer. x Wys.</u>	<u>Cena</u>	<u>Format</u>	<u>Szer. x Wys.</u>	<u>Cena</u>		
	Cała strona	228 x 297 mm	5.490,00 zł		junior page	162 x 215 mm	4.190,00 zł
	IV okładka	228 x 297 mm	6.990,00 zł				
	III okładka	228 x 297 mm	5.990,00 zł				
	II okładka	228 x 297 mm	6.490,00 zł				
	1/2 strony pion	113 x 297 mm	3.590,00 zł		Baner I okładka	228 x 50 mm	3.590,00 zł
	1/2 strony poziom	228 x 148 mm	3.590,00 zł		Baner spis treści	203 x 40 mm	1.990,00 zł
	1/4 strony pion	113 x 148 mm	2.490,00 zł		Rozkładówka	456 x 297 mm	7.990,00 zł
	1/4 strony poziom	228 x 72 mm	2.490,00 zł				
	Insert luzem (waga do 25 gram, format max. 210 x 297 mm)		3.990,00 zł				
	Rabat za płatność przed emisją		3%				
	Dopłata za wykonanie projektu reklamy		10%				

Podane wymiary są wymiarami netto.

Informacje techniczne

Format PC, spad 5mm, wszystkie ważne elementy (loga, tekst) odsunięte o 10 mm do wewnątrz od krawędzi cięcia (znaczniki cięcia odsunięte na 6 mm), formaty zamknięte: TIF, JPG, PDF, EPS (fonty zamienione na krzywe), rozdzielczość 300 dpi, CMYK, nie przyjmujemy plików CDR.

RAPORT HANDEL2026

SIECI DETALICZNE I CENTRA HANDLOWE W POLSCE

Raport Roczny HANDEL 2026 – sieci i centra handlowe w Polsce

Jedyny tego typu w Polsce coroczny kompleksowy przegląd aktualnej sytuacji polskiego rynku handlu detalicznego, uwzględniający: sieci handlowe (food i non-food), centra i galerie oraz produkty, usługi i technologie dla branży. Oddzielna część Raportu zostanie poświęcona przedstawieniu obrazu dzisiejszego, polskiego konsumenta. Uznane i cenione kompendium wiedzy oraz narzędzie pracy dla wszystkich uczestników rynku handlowego w Polsce.

Raport będzie zawierał

- szczegółową analizę aktualnej sytuacji na rynku handlu detalicznego w Polsce
- scenariusze zmian na rynku centrów handlowych
- kompleksowy obraz dzisiejszego polskiego konsumenta
- aktualny wykaz sieci handlowych z uwzględnieniem liczby sklepów i planów rozwojowych
- komentarze przedstawicieli sieci handlowych oraz firm zarządzających centrami handlowymi w Polsce
- wypowiedzi profesjonalnych analityków

Raport trafi bezpośrednio do

- przedstawicieli zarządów i menedżerów najwyższego szczebla we wszystkich sieciach handlowych działających w Polsce
- osób odpowiedzialnych za inwestycje i rozwój w sieciach handlowych
- właścicieli i zarządców centrów handlowych w Polsce
- biur architektoniczno-projektowych
- dostawców produktów, technologii, urządzeń i usług dla sektora retail
- producentów i dystrybutorów FMCG
- profesjonalnych analityków rynkowych

Warunki publikacji reklam

1. Reklama jest przyjmowana do publikacji na podstawie przesłanego zlecenia złożonego na formularzu dostarczonego przez Wydawcę za pośrednictwem faksu, poczty e-mail bądź poczty tradycyjnej.
2. Zamawiający jest zobowiązany dostarczyć Wydawcy gotowy materiał reklamowy w terminie wskazanym na zleceniu.
3. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.
4. Zamawiający oświadcza, że posiada pełnię praw autorskich, właściwe licencje do dostarczonych materiałów i przyjmuje wszelką odpowiedzialność za opublikowanie ich w zamówionej postaci.
5. Zamawiający ponosi pełną odpowiedzialność za treść reklamy względem osób trzecich, a także pokrywa koszty związane z zaspokojeniem roszczeń osób, których prawa w skutek treści lub wydrukowania lub innego wykorzystania reklamy zostały naruszone.
6. Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy publikacji reklamy bez podania przyczyny.
7. Zamawiający może zrezygnować z publikacji reklamy nie później niż na 14 dni przed wyznaczonym terminem dostarczenia materiałów.
8. Data emisji reklamy może ulec przesunięciu.
9. Ceny określone w cenniku są kwotami netto, do których należy doliczyć 23% podatku VAT.
10. Płatność za umieszczenie reklamy regulowana będzie na podstawie faktury VAT w terminie 14 dni od daty jej wystawienia.
11. Zamawiający ma prawo do 3% upustu z tytułu płatności przed emisją, płatność następuje wówczas na podstawie faktury pro forma.
12. Do nośnika należy dołączyć próbną wydruk reklamy oraz dostarczyć próby kolorów MATCHPRINT lub CROMALIN.

Nakład: 6000 egz. wersja drukowana, 20000 egz. wersja elektroniczna