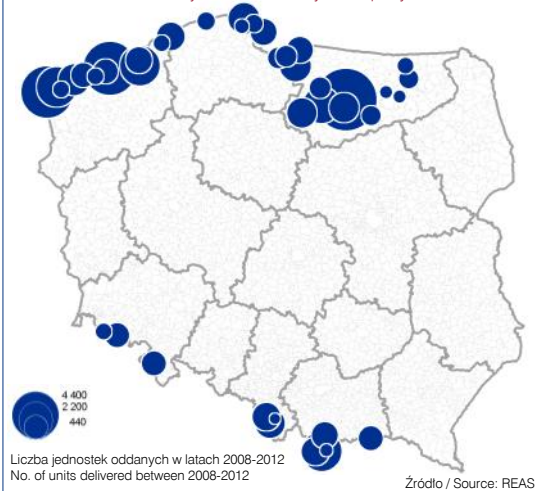


Kryzys nie oszczędził także i tego segmentu rynku, powodując spadek liczby mieszkań wybudowanych w roku 2010 do ok. 2,5 tysiąca. Także średni poziom przedsprzedaży inwestycji planowanych do ukończenia w 2012 roku jest niski i wynosi nadal poniżej 20%.

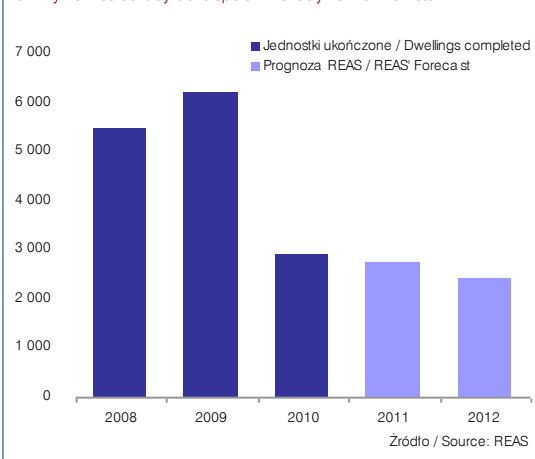
The crisis did not leave the holiday home market untouched and led to a decrease in the number of completions to roughly 2,500 units in 2010. Also the average presale level for projects planned for completion in 2012 is low and at present is still below 20%.



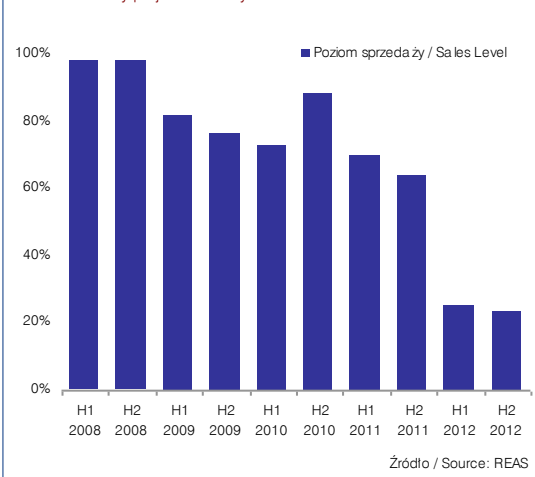
Skala inwestycji na rynkach nieruchomości wakacyjnych wg. gmin  
Investment scale of holiday home markets by municipality



Mieszkania i domy jednorodzinne ukończone przez deweloperów na rynku domów wakacyjnych. Completions of apartments and single-family homes built by developers in holiday home markets



Poziom sprzedaży wg. daty ukończenia inwestycji  
Level of sales by projects' delivery date



## Nieruchomości wakacyjne, „second homes” i produkty inwestycyjne

Rynek nieruchomości wakacyjnych stanowi integralną część polskiego sektora mieszkaniowego. Jednak mieszkania wakacyjne odróżniają się od produktów skierowanych do lokalnych nabywców mieszkań pod względem lokalizacji, standardów wykończenia oraz udogodnień. Również ich oferta rynkowa rozciąga się poza tradycyjne mieszkaniowe, łącząc przeznaczenie mieszkaniowe z usługami hotelowymi i wypoczynkowymi. Coraz więcej apart-hoteli i condo-hoteli przyciąga nabywców udogodnieniami takimi jak concierge, gastronomia, centrum konferencyjne, basen, sauna czy wellness & spa. Podobnie jak oferowane produkty, różnią się także ich nabywcy. Podczas gdy jedni decydują się na zakup nieruchomości wakacyjnej głównie z myślą o użytku własnym, rodziny bądź przyjaciół, inni nabywają je w celu komercyjnego wynajmu.

## Niewielka obecnie aktywność deweloperska prawdopodobnie znów wzrośnie

Ekspert przez długi czas uważał polski rynek mieszkań i domów wakacyjnych za posiadający ogromny potencjał rozwoju. W okresie boomu mieszkaniowego w latach 2006-2007 zainteresowanie deweloperów tym segmentem wzrosło i w rezultacie na głównych rynkach nieruchomości wakacyjnych w regionach nadmorskich, górskich oraz na pojezierzu warmińsko-mazurskim ukończono w 2009 roku ponad 6 tysięcy apartamentów i domów wakacyjnych. Kryzys nie oszczędził także i tego segmentu rynku, powodując osłabienie aktywności deweloperskiej i spadek liczby ukończonych jednostek do ok. 2,5 tysiąca w roku 2010. Na obecną chwilę, deklaracje deweloperów wskazują, że w latach 2011-2012 można spodziewać się podobnego poziomu liczby ukończonych jednostek. Ponadto istnieje relatywnie duża liczba inwestycji przygotowanych do rozpoczęcia, których uruchomienie może być jedynie kwestią czasu.

W ciągu ostatnich dwóch lat tempo sprzedaży było niewystarczające by zachęcić deweloperów do większej aktywności. W ofercie znajduje się nadal duża liczba jednostek, z których około połowę stanowią te już ukończone. Obecny poziom sprzedaży inwestycji ukończonych w roku 2009 wynosi poniżej 80%, podczas gdy na rynku pierwotnym w większości polskich metropolii przekracza 90%. W porównaniu do nabyw-

ców mieszkań w dużych miastach, kupujący apartamenty i domy wakacyjne są na ogół mniej chętni do zakupów we wczesnej fazie budowy. Jest to widoczne w średnim poziomie przedsprzedaży inwestycji planowanych do ukończenia w 2012 roku, która wynosi nadal poniżej 20%. Jednostki planowane na rok 2012 stanowią największą część obecnej oferty. Oznacza to, że do inwestowania zdolni są jedynie silni finansowo deweloperzy.

Z perspektywy geograficznej, najwyższy średni poziom przedsprzedaży wyniósł 91% dla inwestycji na Warmii i Mazurach, podczas gdy dla rejonów nadmorskich i górskich było to odpowiednio 74% i 72% na koniec półrocza. W odróżnieniu od gór, w ciągu ostatnich sześciu miesięcy na Warmii i Mazurach zanotowano wyjątkowo dobre wyniki sprzedaży, która objęła ok. 40% tamtejszej oferty. Sprzedaż na rynku nadmorskim była jeszcze wyższa, choć należy pamiętać, że tamtejsza oferta jest obecnie około czterokrotnie większa niż na pojezierzu czy w górach.

## Domy wakacyjne jako klasa aktywów

Integralną częścią rynku nieruchomości wakacyjnych jest popyt ze strony inwestorów kupujących domy pod wynajem. Rosnąca siła nabywcza jak i coraz większa liczba krajowych i zagranicznych turystów zainteresowanych turystyką weekendową, biznesową, konferencyjną, uzdrowską, odnową biologiczną i wellness, są silnymi argumentami przemawiającymi na korzyść takiego inwestowania. Obłożenie może przekroczyć 90% w wyspecjalizowanych hotelach spa czy odnowy biologicznej szczególnie w rejonach popularnych wśród turystów z Niemiec.

Nieruchomości wakacyjne przeznaczone dla inwestorów sprzedawane są zazwyczaj w pełni umeblowanej opcji wykończenia „pod klucz”, chociaż zwykle w niskim standardzie. Apartamenty położone w apart-hoteliach lub condo-hoteliach niekiedy przynoszą operatorom przychody z najmu jeszcze przed sprzedażą indywidualnym nabywcom. Decydując się na zakup apartamentu, inwestor może (apart-hotel) lub musi (condo-hotel) podpisać umowę najmu. Deweloperzy, operatorzy i agencje nieruchomości zwykle oferują długoterminowe umowy z gwarancją na pierwsze 1-3 lata i szacowanym na ok. 5-7% zwrotem z inwestycji.



### Vacation property, second homes and investment products

The holiday home market is an integral part of Poland's residential sector. However, holiday homes typically stand out against products targeted at local homebuyers in terms of location, finishing standard and amenities. Also, its market offer often stretches beyond mere housing, mingling residential functions with hotel service and leisure features. There is a growing number of apart-hotels and condo-hotels which attract homebuyers with amenities such as concierge service, gastronomy, conference amenities, swimming pools, sauna or wellness and spa. Alike the diversified product types, there are different kinds of holiday home buyers as well. While some purchase vacation property chiefly as second homes for their own use or the use of family and friends, there are others who foremost buy to let out commercially as a business.

### Developer activity is still low but likely to rise again

For long Poland's holiday home market has been considered by market experts to have an enormous growth potential. During the housing boom period in 2006-2007, developers eventually began targeting this market segment on a larger scale. In consequence more than 6,000 holiday houses and apartments were completed in the major holiday home markets along the seaside, the mountain areas and the lake districts of the Warmia-Masurian Voivodship in 2009. The crisis did not leave the holiday homes market untouched and led to a drawback in developers' activity which let the number of completions drop to roughly 2,500 units in 2010. As of today, announcements by developers indicate that a similar level of completions will be reached in 2011 and 2012. Though there is a relatively large number of projects left in the drawers and it might be just a matter of time when these investments will be commenced.

During the previous two years the sales pace was simply not satisfying enough to encourage developers to be more active. There is still a quite large portion of units offered for sale on the market, of which approximately half has already been completed. The current sales level of projects completed in 2009 lies below 80%, compared to more than 90% in the primary market of most of Poland's metropolises.

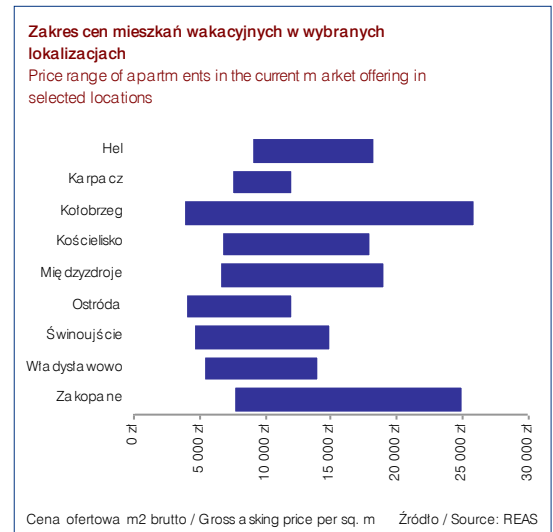
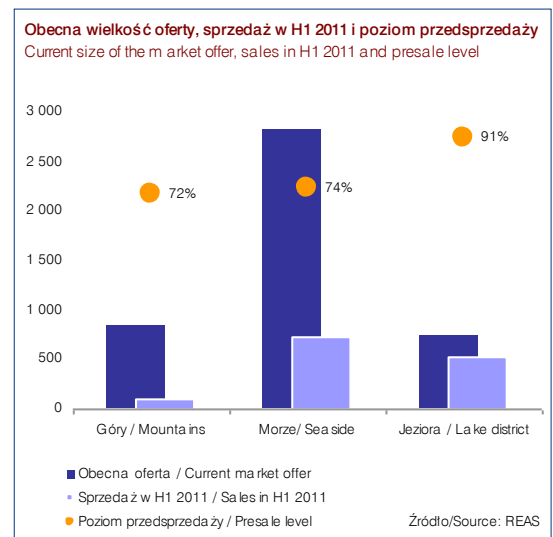
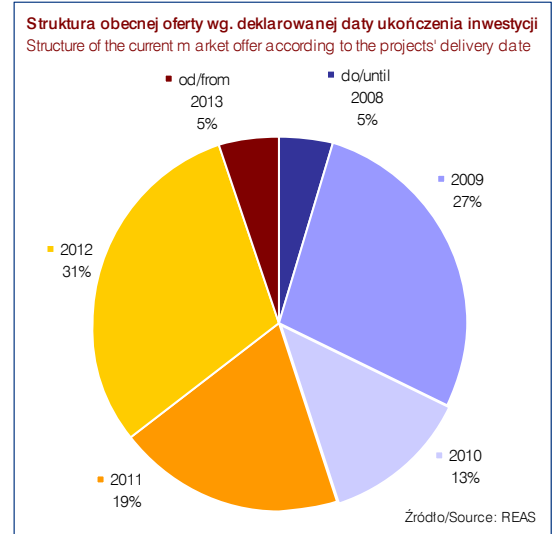
Compared to buyers of apartments in large cities, purchasers of holiday homes are typically less eager to buy off plan. This is visible in the average presale level for projects planned for completion in 2012 which at present is still below 20%. Units in projects planned for delivery in 2012 amount for the largest share in the current market offer. In turn, this means that only financially strong developers are able to invest on the market.

From a geographical perspective, the highest average presale level of 91% can be found in projects situated in the lake district of Warmia-Masuria, compared to presale rates of 74% along the seaside and 72% in mountain areas as of the end H1 2011. In contrast to the mountain region, Warmia-Masuria experienced an extremely good sales progress during the previous six months, which was able to absorb about 40% of the hitherto offer. The number of sales in the seaside market was even larger, though it needs to be born in mind that the current offer is about four times larger than in the lake district or in the mountains, which are similarly sized.

### Holiday homes as asset class

An integral element of the holiday home market consists of demand by investors who buy to let on a commercial basis. Rising purchase power and a growing number of domestic and foreign tourists, including tourism segments like weekend tourism, business and conference tourism or spa, medical spa and wellness tourism, are strong arguments that speak for such kind of investment. Occupancy rates can reach even more than 90% in specialized spa or medical spa hotels, particularly in areas that can count on demand by German tourists.

Holiday homes aimed at investors come typically in turnkey finishing, though typically with quite low quality of used materials. Apartments which are situated in apart-hotels or condo-hotels are sometimes producing returns for the hotel operator even before being sold to individual buyers. Once the investor decides to purchase an apartment, he may (apart-hotel) or must (condo-hotel) sign a rental contract. Developers, asset managers and rental agencies usually offer long-term rental contracts including a rent guarantee for the first 1-3 years. On average rental contracts are long-term and estimate approximately 5-7% return on investment.





## Wybrani klienci / Selected Clients



REAS Sp. z o.o.  
ul. Bukowińska 22b  
02-703 Warsaw, Poland

tel: +48.22.3802100  
fax: +48.22.3802101

[www.reas.pl](http://www.reas.pl)

## Kluczowe usługi

- Monitoring rynku obejmujący obecnie 3 149 inwestycji w sprzedaży, w tym 302 inwestycje wakacyjne.
- Analizy konkurencji, analizy i prognozy rynku.
- Doradztwo rynkowe, analizy lokalizacji, rekomendacje dotyczące optymalnego programu inwestycji oraz struktury i funkcjonalności mieszkań.
- Założenia dla projektantów, rekomendacje i oceny projektów architektonicznych.
- Doradztwo marketingowe i sprzedażowe. Cenniki i strategie cenowe.
- Wyceny nieruchomości (RICS, TEGOVA, USPAP, IVSC) i analizy wykonalności inwestycji.
- Zapewnianie finansowania i poszukiwanie partnerów kapitałowych.
- Pośrednictwo w zakresie transakcji gruntami inwestycyjnymi.

## Key Services

- Monitoring of the primary residential market, currently features 3,149 developments on sale, including 302 vacation homes projects
- Competition analysis, market analysis & forecasts
- Development consultancy, location analysis, highest & best use studies, recommendations regarding the project-mix and functionality of units
- Guidelines for architects, opinions and review of designs
- Marketing & sales consultancy, pricelists and pricing strategies
- Property valuations (RICS, TEGOVA, USPAP, IVSC) & feasibility studies
- Capital raising & search for equity partners
- Investment sites disposal & acquisition



**Kazimierz Kirejczyk**  
Partner, President of the Board  
Head of Research  
[kazimierz.kirejczyk@reas.pl](mailto:kazimierz.kirejczyk@reas.pl)  
+48.22.3802108



**Grzegorz Żochowski, MRICS**  
Partner,  
Head of Valuations & Capital Markets  
[grzegorz.zochowski@reas.pl](mailto:grzegorz.zochowski@reas.pl)  
+48.22.3802109



**Katarzyna Kuniewicz**  
Associate Director,  
Market Research  
[katarzyna.kuniewicz@reas.pl](mailto:katarzyna.kuniewicz@reas.pl)  
+48.22.3802125



**Paweł Szejter**  
Partner,  
Head of Development Advisory  
[pawel.szejter@reas.pl](mailto:pawel.szejter@reas.pl)  
+48.22.3802105



**Karol Dzieciol**  
Associate Director,  
Development Advisory  
[karol.dzieciol@reas.pl](mailto:karol.dzieciol@reas.pl)  
+48.22.3802122



**Maximilian Mendel**  
Associate Director,  
CEE Research & Development Advisory  
[maximilian.mendel@reas.pl](mailto:maximilian.mendel@reas.pl)  
+48.22.3802118