

Obchodní centra: oživení výstavby i zájmu investorů



Author: SF / pb | Published: 03.11.2011

„Díky opatrné expanzi maloobchodníků a omezené nové nabídce se trh jeví jako předvídatelnější. Pokles obrátu v roce 2009 byl nakonec mnohem menší, než se očekávalo. Vývoj v roce 2010 i letos byl pozitivní, nebo přinejmenším stabilní. To evidentně povzbudilo investiční aktivity,“ říká Alexander Rafajlovič, vedoucí týmu výzkumu trhu společnosti Cushman & Wakefield pro ČR a Slovensko.

Český hit - nákupní parky

Za první pololetí roku 2011 bylo v Evropě dokončeno více než 2,1 mil. metrů čtverečních nových obchodních center (OC). To zhruba odpovídá objemu jejich výstavby za stejné období roku 2010. Přitom 90 % z těchto prostor připadá na nová OC (celkem jich bylo postaveno 71), když zbývajících 10 % představuje rozšiřování stávajících projektů.

V Česku ale letos zatím výsledky větší investiční aktivity v tomto segmentu obchodních realit, tedy výstavbě OC, nejsou vidět - odráží to nakonec i skutečnost, že letos se v soutěži Best of Realty kategorie obchodních center vůbec neobjevuje. Tuzemský development dává přednost jinému konceptu. „ČR je jednou z deseti evropských zemí, kde se v letošním prvním pololetí žádné nové obchodní centrum neotevřelo. Stejná situace byla například v Maďarsku, Rakousku či Bulharsku. Rok 2011 tak v České republice bude jednoznačně ve znamení výstavby nákupních parků, jichž se do konce roku postaví zhruba 60 tisíc metrů čtverečních,“ říká A. Rafajlovič. (Podle ICSC se v českých podmínkách nákupním centrem rozumí nemovitost sloužící maloobchodním účelům, provozovaná jako jeden celek o celkové pronajimatelné ploše větší než 5 000 metrů čtverečních a s minimálně 10 samostatnými jednotkami, zatímco nákupní park má tři a více obchodních jednotek v rámci jednoho objektu s celkovou plochou 5 000 metrů čtverečních a více, když bývá cíleně vybudován jedním developerem v jednotném designu. Klasickým nákupním parkem je například AVION Park v Praze na Zličíně. Typem prodejního konceptu, který může připomínat parky, je klastř /cluster/ - skupina minimálně tří samostatně stojících jednotek, které jsou umístěny v těsné blízkosti. Takovým klastrem je například komerční zóna v Praze - Čestlicích / Průhonicích.)

V příštím roce OC i pro Čechy

Budou-li všechny naplánované evropské projekty OC dokončeny včas, jejich celková výstavba dosáhne plochy 6,8 mil. metrů čtverečních a překročí tak o 26 % výsledky loňského roku. Více než polovina letos nově vybudovaných prostor (58 %) přitom připadala na střední a východní Evropu. Obzvláště dobře si v tomto směru vedlo Rusko a Polsko, na jihu Evropy pak Turecko.

Na rok 2012 se v celé Evropě plánuje otevření dalších OC s kapacitou 5,8 mil. metrů čtverečních - bude to ovšem záviset také na poptávce nájemců a tempu zotavování evropské ekonomiky. Počet OC se rozšíří i u nás. „Příští rok by u nás mělo být otevřeno cca 116 000 metrů čtverečních ploch v obchodních centrech, přičemž lví podíl na výstavbě by měly mít tři projekty na severní Moravě,“ dodává Alexander Rafajlovič.

ČR: plánovaná obchodní centra (2011/2012)

Projekt	Město (lokality)	Developer	Termín otevření
OC Lihovar	Říčany	Titan Real Invest	11/2011
Forum Nová Karolina	Ostrava	Multi Development	3/2012
Futurum Hradec Králové - rozšíření	Hradec Králové	TK Development	5/2012
Breda & Weinstein	Opava	Mint Investments	11/2012
Galerie Moritz	Olomouc	Reality management	?/2012
Géčko Ostrava	Ostrava	Reflecta Development	Podzim/2012

Pramen: Cushman & Wakefield, říjen 2011

Retail láká i investory

„V ČR nakoupili investoři nákupní centra ke konci třetího čtvrtletí v hodnotě 841 milionů eur. To je 45 % objemu dosavadních letošních investic. Přitom do konce roku očekáváme další retailové transakce v hodnotě do 100 mil. eur,“ říká James Chapman, vedoucí investičního týmu v Cushman & Wakefield, s poukazem na tři velké transakce: nákup OC Palác Flóra, Fóra Ústí nad Labem a ostravské Nové Karoliny. „Celkové investice do evropského maloobchodu - 19,8 miliard eur - zatím zaznamenaly téměř šestinásobný nárůst oproti minulému roku. Očekáváme, že letošní objem retailových investic přesáhne svým podílem na celkových realitních investicích ve výši zhruba 35 % doposud nejsilnější rok 2007,“ dodává Chapman. Za zmínku nicméně stojí skutečnost, že nový investiční boom se netýká retailu ve všech evropských zemích - značný pokles hodnoty maloobchodních investic vykázaly Španělsko, Francie i Nizozemsko, a to v řádu desítek procent, v prvně zmíněné zemi to bylo dokonce 79 %.

Do nákupních center u nás vstupují letos převážně zahraniční investoři, v případě některých se jedná dokonce o jejich první investici na českém trhu. Atraktivní pro ně jsou především už fungující projekty, které mají za sebou léta úspěšného provozu. Investoři prostě sázejí na jistotu. „U projektů, které nejsou ve velkých městech a navíc v nejlepších lokalitách, developeri musí počítat s tím, že budou nuceni nákupní centrum nějakou dobu sami provozovat,“ komentuje Rafajlovič.

Kritérium výběru: udržitelnost?

Ekologické, šetrné, zelené - a certifikované: i takto jsou charakterizovány některé komerční nemovitosti a je možné konstatovat, že jich přibývá. Platí to i pro retail, kde developer musí zvažovat váhu tohoto parametru - v rámci globální diskuse o udržitelném rozvoji - vzhledem k budoucím uživatelům, jejich názorům a zájmům, ať jde o nájemce či přímo zákazníky, v druhém sledu pak musí zvažovat postoje budoucích majitelů, investorů. Ve všech těchto úvahách samozřejmě hlavní roli hrají finanční dopady „zelené“ kvality maloobchodních budov. Společnost Colliers nedávno zveřejnila výsledky různých analýz,

které dospěly stran zelených budov k těmto výsledkům:

- nájemné je vyšší o 6 %
- „investiční“ cena je vyšší o 16 % oproti „normálním“ budovám
- o 40 % nižší jsou náklady na vytápění a chlazení
- průměrná návratnost investic činí 6,6 %.

Jen těžko kvantifikovatelné jsou přitom účinky pozitivního image zelených budov, které se navíc v našich poměrech těší značné publicitě.

V Colliers přitom předpokládají, že kolem roku 2015 už výstavba 50 % komerčních nemovitostí bude probíhat v zeleném režimu. „Technologie a inovace budou hrát v konceptech projektů čím dál větší roli a ovlivní tak design a konstrukci budov. Developeři nových maloobchodních projektů také dobře vědí, že budovy, které dosáhnou určitých cílů udržitelnosti, si zachovají větší prodejní cenu než ty bez nich,“ tvrdí Omar Satar, výkonný ředitel Colliers International pro Českou republiku.

03.11.2011 09:59, SF / pb