

Come-back sídlištních „obchodáků“

Author: SF/pb | Published: 22.01.2013

„Lidé šetří čas i peníze. A tato prodejní střediska přesně splňují charakteristiku lokálních či sousedských nákupních center s trochu jiným nájemním mixem. Zákazníci do nich mohou vyrazit i bez automobilu a obvykle mohou vyřídit více věcí najednou, nejen nákup,“ vysvětluje Lenka Šindelářová z poradenské společnosti DTZ, a dodává: „Výhoda těchto nákupních center spočívá v tom, že je lidé využívají v podstatě každodenně, tedy nikoliv jen o víkendech, jak je tomu většinou u velkých obchodních komplexů.“

Krakov, Butovice - efektivní remodelling

Obchodní a marketingová strategie postavená na klientele z řad obyvatel či pracovníků poblíž nákupního centra se vyplatila například Galerii Butovice. Ta prošla zásadním rozšířením gastronomické sekce, otevřením fitness-centra a zvýšením nabídky pro na matky s dětmi (zábavní koncept Sloníkov, rozšíření a remodeling prodejny Bambule). Díky tomu získala množství nových zákazníků z řad místních rezidentů či lidí, dojíždějících do Butovic za prací. Lze hovořit o úspěšném remodelingu a repositioningu galerie na tzv. convenience (každodenní nákupní) centrum. „Také u OC Krakov vycházíme ze stávající skladby obyvatel sídliště i z toho, jak se lokalita díky novým rezidenčním projektům rozšiřuje. Proto mezi nájemci nechybějí módní značky jako C&A, dm drogerie, Hervis sport a další, plus více než 2 000 metrů čtverečních zaměřených výhradně na rodiny s dětmi. Pro-rodinně budou orientované i kavárny a restaurace,“ dodává Petra Macháčková, která má v DTZ pronájem ploch v OC Krakov na starosti.

Modernizace spojená s novou stavbou OC Krakov uprostřed sídliště v Praze-Bohnicích patří k nejočekávanějším projektům revitalizace starých sídlištních obchodních komplexů. Investor a vlastník - společnost Centrum Krakov - téměř 13 800 metrů čtverečních podlažní obsadilo supermarketem Billa a další plochu zhruba stovkou nejrůznějších maloobchodních jednotek a také provozovami služeb. Nechybějí mezi nimi tři velké banky, Hervis Sport, kadeřnictví, lékárna nebo fitness- centrum, pro které je vyhrazeno více než 1 000 čtverečních metrů.

Služby i zábava

„Krakov je typický příklad toho, jaký potenciál má spojení obchodu s veřejnými službami. Blízkost pošty či nedaleké polikliniky a umístění přímo u dopravní tepny celé lokality a zastávek autobusů, kde denně nastupuje nebo vystupuje 3 000 cestujících, zajišťuje vysokou návštěvnost místa. Krakov je přirozeným centrem lokality, které zajišťuje základní servis pro zdejší obyvatele. Vysokou návštěvnost si drželo i původní centrum, byť již charakterem neodpovídalo požadavkům na moderní nakupování. Proto lze očekávat, že nové moderní centrum, které roste na místě původního objektu, si velice rychle získá oblibu místních obyvatel,“ dodává Lenka Vodrážková z DTZ.

Podobné projekty, které navazují na popularitu starších sídlištních „samoobsluh“ a center služeb, jsou sledované obyvateli i nájemci. V případě OC Krakov má na co nejlepší výsledek zájem dokonce i radnice Prahy 8, která si slibuje vytvoření prosperujícího a obyvateli oblíbeného centra, které bude plnit i společenskou funkci. Ostatně i architektura nového komplexu nemá být protiváhou, ale spíše doplňkem okolního sídliště, jeho vizuálním zpestřením.

Zájem veřejnosti o podobné projekty ilustruje i rozruch kolem OC Lužiny, kde posun v projektových a

stavebních pracích způsobil nevoli řady obyvatel. Podle analytiků DTZ je to logická reakce, protože pro stovky a možná tisíce lidí jsou lokální nákupní centra nejdostupnější a nejpohodlnější platformou pro nákupy zboží i služeb.

22.01.2013 08:17, SF/pb