

„Retail“ development chystá hlavně rekonstrukce

Author: SF/pb | Published: 11.04.2016

Tři ze čtyř českých „retailových“ developerů (71 %) potvrzují, že v blízké budoucnosti bude ve velkém docházet k modernizacím a revitalizacím stávajících obchodních center. Necelá třetina dotázaných (29 %) tyto rekonstrukce sice připouští, ale jen ve velmi malé míře. Nových obchodních center se tak zjevně bude stavět naprosté minimum. „Spíše než na nové projekty se trh zaměří na oživení interiérů a celkovou modernizaci již existujících obchodních center. Ta postupně zastarávají, a mají-li zůstat konkurenceschopná, je potřeba do nich investovat. To je aktuálně velké téma i pro naši realitní skupinu CPI, kdy v letošním roce začínáme s revitalizací českobudějovického nákupního centra IGY,“ říká Pavel Semrád z realitní skupiny CPI Property. Potvrzuje to i Omar Koleilat, šéf firmy Crestyl: „Přibližně před deseti lety zažívala obchodní centra velký boom a většina jich pochází právě z té doby. Dnešní nároky trhu i nájemců se samozřejmě od té doby změnily, proto je určitá revitalizace namísto, nemusí být ale nezbytně velká.“ „Nová nákupní centra budou v následujících letech vznikat jen zřídka, zejména pokud mluvíme o metropoli, ve které je již prostor a poptávka, buď po multifunkčních objektech, nebo úzce specializovaných, satureovaná,“ komentuje Pavel Kliment z KPMG. Podle něj podobná situace pak relativně brzy nastane i v krajských městech. „Rekonstrukce obchodních center je zejména o designu a o interiérových úpravách. Velké stavební společnosti ale nejsou na tento rostoucí segment trhu připraveny. Tato situace je velkou příležitostí pro malé a střední firmy s konkrétním zaměřením,“ upozorňuje Rafael Moreno, ředitel stavební společnosti Průmstav.

Zákazníci požadují změny mixu ... U současných obchodních center požadavkům klientů nejvíce neodpovídá aktuální mix nájemců. Na stupnici od nuly do deseti, kde desítka představuje největší důvod nespokojenosti, tomuto faktoru respondenti citované ankety shodně přiřadili 7 bodů. Podle ředitelů developerských společností se jedná o klíčové téma, až 72 % z nich považuje vhodnou skladbu prodejců a rozmanitost sortimentu za hlavní nástroj pro udržení zákazníků a zajištění vysoké návštěvnosti obchodních center. Až s odstupem podle průzkumu následují nízké ceny - za hlavní nástroj pro udržení zákazníků je považuje jen 14 % respondentů. „Zmiňované rekonstrukce mohou vlastníci a provozovatelé využít i jako impuls pro změny mixu nájemců, respektive k přizpůsobení se měnícím se požadavkům zákazníků a návštěvníků center,“ doporučuje Pavel Kliment. K zmíněným „novým“ požadavkům zákazníků nepochybně patří rostoucí zájem o to co jíme, o původ i složení potravin, jinak řečeno zájem o kvalitu kupovaných potravin. I to musí provozovatelé obchodních center respektovat. Podle Tomáše Soukupa ze společnosti JLL proto vzrůstá obliba tzv. farmářských konceptů jako je Sklizeno, Grunt či My Food Market. „Základem ale pořád zůstane cenotvorba. Český zákazník je stále citlivý na cenu a slyší na nakupování v akcích,“ trvá k tomu Tomáš Soukup a ještě dodává: „Lidé také více vyhledávají osobní přístup tak, jako tomu bývalo před lety, už jsou unaveni z velkých hypermarketů. Například Ahold zavedl funkci takzvaného greeter-a. Je to člověk, který vás při vstupu do potravin pozdraví, případně vám podá nákupní košík - zkrátka vás uvede do prodejny.“

... i lokality Dalšími faktory, které klientům nevyhovují, je lokalita některých obchodních center, současné množství kaváren a restaurací, rozsah nebo kvalita zábavních center a nedostatečná velikost obchodního centra. Naopak nejmenší nespokojenost panuje v otázce provedení stavby samotné, ať už jde o použité izolace (3,4), vzduchotechniku (3,6) nebo osvětlení (3,9). „Česká republika má sice velké množství obchodních ploch, ale ne vždy kvalitních a s dostatečnou nabídkou. Existují tak místa, kde lze moderní obchodní centrum úspěšně postavit,“ konstatuje Omar Koleilat. „Jeho“ skupina Crestyl loni otevřela obchodní centrum v Kladně a nyní staví další v Jablonci nad Nisou. „Aktuálně neevidujeme výraznější počet připravovaných projektů nových center. Intenzivně však spolupracujeme s developery na přípravě projektů rekonstrukce obchodních i kancelářských budov. Přisuzuji to zejména rychlému vývoji inovací na trhu stavebních materiálů, které přispívají ke zvyšování komfortu v budovách,“ vysvětluje Tomáš Rosák ze

Saint-Gobain Construction Products. Růst cen pronájmů v obchodních centrech v roce 2016 plánují tři ze čtyř pronajímatelů ploch (72 %), nicméně růst bude pouze mírný (o 1,4 %). Další růst nájmů v příštím roce připravuje 83 % pronajímatelů, a to v průměru o 1,8 %.

11.04.2016 12:25, SF/pb