

Európa 2010 a 2011: Boom výstavby nákupných centier minulosťou

Author: SF / Juraj Pokorný | Published: 16.09.2009

Kontinentálny rekord v raste drží Rusko

Európska bilancia za minulý rok hovorí, že v 310 projektoch sa po celom kontinente otvorilo 9 miliónov m² nových nákupných plôch. Ako najaktívnejší trh západnej Európy na tomto poli zažiarila Veľká Británia s 840-tisíc m² nových nákupných plôch. Najvyšší nárast zaznamenali v poradí Rusko, Turecko, Veľká Británia, Španielsko a Rumunsko. V percentuálnom vyjadrení nárastu si však najlepšie počínali Bulharsko (76) a Rumunsko (63).

Kým od roku 2008 počuť ustavične jedno a to isté slovo - pokles, ani štatistika za tento rok nevyzerá podľa C&W povzbudzujúco. Európa má byť bohatšia o 8,7 milióna m² nových plôch (-5%), v 1. polroku 2009 ich však v 115 nových nákupných komplexoch otvorili iba 3,1 milióna (-18%). Pritom nie je isté, či sa spomaľovanie smerom k horizontu ďalších rokov definitívne zastaví.

Kontinentálny rekord získalo aj v tomto smere Rusko, kde za prvých šesť mesiacov tohto roku pribudlo 580-tisíc m², po ňom Taliansko (370-tisíc m²). Z hľadiska projektov s plánovaným otvorením do konca roka 2010 drží zas prvenstvo Turecko (2 milióny m²), na druhom mieste je najrozľahlejšia krajina sveta (1,8 milióna m²).

Francúzsko ako západoeurópsky šampión je trochu špecifické - zamierava sa na projekty strednej kategórie v menších mestách. Dnes už nie je vari nijakým prekvapením, že najväčší percentuálny nárast preukážu zrejme Bulharsko, Lotyšsko a Rumunsko - postsocialistické ekonomiky vyznačujúce sa prudkou dynamikou rozvoja.

Plánované projekty nákupných centier (august 2009 - december 2010)

Krajina	m ²	Nárast celkovej plochy
1. Turecko	2,076,367	41.8%
2. Rusko	1,815,000	19.5%
3. Francúzsko	1,172,405	7.5%
4. Taliansko	867,625	7.1%
5. Poľsko	789,130	12.3%
6. Rumunsko	681,229	33.6%
7. Bulharsko	496,075	254.8%
8. Španielsko	470,972	4.8%
9. Vel. Británia	454,415	2.9%
10. Nemecko	359,540	2.8%
14. Slovensko	234,896	28.6%
17. Česko	150,000	7.6%

Novo otvorené nákupné centrá (január 2009 - jún 2009)

Krajina	m ²	Nárast celkovej plochy
---------	----------------	------------------------

1. Rusko	578,717	6.6%
2. Taliansko	370,379	3.1%
3. Turecko	284,932	6.1%
4. Poľsko	246,100	4.0%
5. Portugalsko	166,825	6.3%
6. Nemecko	166,300	1.3%
7. Holandsko	165,500	2.9%
8. Rumunsko	151,946	8.1%
9. Ukrajina	150,000	7.3%
10. Francúzsko	119,955	0.8%
17. Česko	46,500	2.4%
22. Slovensko	33,000	4.2%

Zdroj: Cushman & Wakefield

Slovensko: nový priestor v regionálnych strediskách

„Národná bilancia“ nepôsobí až tak pochmúrne: v prospech Slovenska za polročné obdobie hovorí číslo 33-tisíc oproti iba 46 500 m² nových nákupných plôch na dvojnásobne väčšom českom trhu. V 1. polroku 2009 dosiahla tak celková nákupná plocha na Slovensku hodnotu takmer 150 m² na tisíc obyvateľov, teda 70 % európskeho priemeru. Po očakávanej novej výstavbe v rokoch 2009 a 2010 sa tento indikátor ešte zvýši: na takmer 85 %. Pokiaľ by sa všetky projekty avizované na nasledujúceho poldruha roka dokončili v termíne, potom by v SR pribudlo 235-tisíc m² a v ČR 150-tisíc m² nových nákupných plôch, zdôrazňuje správa C&W v časti týkajúcej sa oboch nástupníckych štátov bývalého Česko-Slovenska.

„Výstavba nových nákupných centier na Slovensku za rok 2009 a 2010 je odrazom minulého optimizmu developerov, ktorí našu krajinu objavili neskôr ako iné a zamerali sa najmä na Bratislavu, Nitrú a Žilinu,“ hovorí Alexander Rafajlovič, vedúci oddelenia výskumu z pražskej pobočky C&W. Na rozdiel od Česka sa tu developerské aktivity podľa neho orientujú skôr na výstavbu nákupných parkov. Nezačatým alebo odloženým projektom nedáva veľkú nádej: tie, ktorých výstavba nebola do tejto chvíle zahájená, budú len ťažko schopné otvorenia v roku 2010 a ich developeri budú mať ťažšiu vyjednávaciu pozíciu s nájomcami. Pripomeňme údaje z nedávnej správy CB Richard Ellis, podľa ktorej prekročila plocha maloobchodných parkov v SR ku koncu vlaňajška 110-tisíc m², no tento rok treba kvôli posunutiu viacerých projektov čakať dokončenie iba 40-tisíc m².

Voľný priestor pre nové projekty vo frekventovaných lokalitách regionálnych stredísk na druhej strane nepopiera Andrew Thompson, managing partner C&W Services Slovakia. Zahraniční developeri vstupujúci na slovenský trh už totiž zavetrali absenciu tohto formátu mimo metropoly, prípadne Trnavy, Trenčína a Nitrú. No dnes majú financie i nájomcov isté iba tie najkvalitnejšie projekty, vďaka čomu má podľa neho dôjsť k výraznému stlačeniu ponuky. A z toho môžu developeri a investori v budúcich rokoch iba vyťažiť.

Prehľad najvýznamnejších projektov obchodných centier na Slovensku - 2009

Projekt	Mesto	Plocha v m ²	Poznámka	Stav
OC Galéria Košice	Košice	16.500	rozšírenie	vo výstavbe
OC Galéria Mlyny	Nitra	25.000	-	otvorené
Madaras	Spišská Nová Ves	11.500	-	otvorené
Centro Nitra	Nitra	7.000	rozšírenie	otvorené
Laugaricio	Trenčín	26.000	-	otvorené

Prehľad najvýznamnejších projektov obchodných centier na Slovensku - 2010

Projekt	Mesto	Plocha v m ²	Poznámka	Stav
Eurovea	Bratislava	60.000	-	vo výstavbe
Shopping Palace II	Bratislava	34.000	rozšírenie	vo výstavbe
Aupark Žilina	Žilina	25.000	-	vo výstavbe
OC Hrad	Žilina	19.000	-	vo výstavbe

Budúcnosť nespočíva výlučne v kvantite

Aká je teda prognóza prežitia a prosperovania maloobchodného sektoru? Ako sme už písali, hoci od sprísnenej úverovej politiky bánk zaostal v náraste výnosov nehnuteľností najvyššej kategórie (prime yield) len o 4 bázičné body za kanceláriami (+ 7) a ešte viac za priemyslom (+ 15), tešil sa paradoxne najväčšej stabilite. Vysvetľuje to jeho relatívne najnižšia rizikovosť a najvyššia miera dôvery developerov či majiteľov, ktorí sa do prívlečných predajných transakcií nijako nehrnú.

Budúcnosť nákupných centier však nespočíva len v ich kvantitatívnom rozmachu. Percentá či metre štvorcové nie sú samospasiteľné: pokiaľ sa doterajšie turbulencie v spotrebiteľských náladách a maloobchodných prenájdoch v dôsledku globálnej recesie nezastavia, ďalším shopping centráram v strednej Európe ruže nepokvitnú. Jedno je pritom zaručene isté: taký boom výstavby nákupných komplexov, akého sme boli v ostatných rokoch u nás aj inde svedkami, je už nenávratnou minulosťou.

Ilustračná vizualizácia (Shopping Palace II Bratislava) - Architekt Brunner

Tabuľky a údaje - Cushman & Wakefield

16.09.2009 09:18, SF / Juraj Pokorný