

Maloobchod: čeká nás proměna trhu?

Author: SF/pb | Published: 11.12.2009

Zpráva European Shopping Centre Development, vypracovaná poradenskou společností Cushman & Wakefield, předpokládá, že v roce 2010 bude v Evropě dokončeno pouze 7 milionů čtverečních metrů nových obchodních ploch - tedy méně než letos, kdy se očekává dokončení 8,7 mil. metrů. V roce 2011 by to mělo být dokonce pouze 5 milionů čtverečních metrů nových ploch.

V České republice bylo v prvním pololetí letošního roku celkem dostavěno 46.500 metrů čtverečních nových nákupních ploch, Alexander Rafajlovič z pražské pobočky Cushman & Wakefield k tomu říká: „Výstavba nových nákupních center v České republice vykazuje klesající tendenci, která by měla trvat až do roku 2011. Projekty, jejichž výstavba nebyla do této chvíle zahájena, budou jen stěží schopny otevřít v roce 2010 a developeri, kteří své projekty již několikrát odložili a ještě nezačali s přípravou, budou mít v budoucnu těžší vyjednávací pozici s budoucími nájemci. V dalších dvou letech pak budeme pozorovat odklon developerských aktivit od nákupních center směrem více k nákupním parkům, které jsou vnímány jako více odolné vůči současné ekonomické situaci.“

Zpět do velkých měst

Je na místě konstatovat, že v prvním pololetí letošního roku dosáhla nákupní plocha v České republice hodnoty téměř 190 metrů čtverečních na 1000 obyvatel, což se rovná 90 % evropského průměru - porovnáme-li tato čísla s platební silou obyvatelstva té které země, ČR rozsahem moderních obchodů Evropu spíše předhání. Právě tato okolnost spolu s ekonomickou recesí podle jiných analýz - tentokrát společnosti DTZ - nezvratně směřuje k celkové proměně domácího maloobchodního trhu. Ten podle DTZ má stále rozsáhlé možnosti dalšího rozvoje, které spočívají v novém přístupu: segmentaci.

„U obchodních center orientovaných z větší části na módu a módní doplňky začínají být vidět neobsazené prostory. Vzrůstající počet těchto obecně orientovaných nákupních center se potýká s problémy a bude nutné zavést opatření, která budou reflektovat skutečnou poptávku spotřebitelů,“ říká Martijn Kanters z DTZ a dodává: „Existují dva segmenty, které mají významný potenciál rozvoje: jednak velké specializované nákupní destinace zaměřené na jeden nebo dva typy sortimentu a za druhé centra zaměřující se na každodenní potřeby a nákupy obyvatel ve svém okolí o velikosti zhruba 5.000-10.000 metrů čtverečních. Segmentací přitom rozumí zaměření obchodních center na specializovaný typ prodejen a přizpůsobení celého konceptu centra určitému tématu. Příkladem mohou být například zahraniční koncepty zaměřené na nábytek, spotřební elektroniku nebo specializované obchody s potravinami.“

Trochu jinak je to s teritoriálním zaměřením. Nájemci opět směřují do větších měst, což je v rozporu s trendem ovládajícím trh ještě před několika málo měsíci, kdy obchodníci preferovali spíše města menší. V důsledku krize ale nájemci podle analýz firmy Cushman & Wakefield aktuálně žádají více jistoty, a proto se vracejí do větších měst, kde je dopad finanční krize méně citelnější. Celkový objem moderních retailových ploch v České republice v 2. kvartálu 2009 dosáhl 2,5 milionů čtverečních metrů, z čehož 36 % je umístěno v Praze a okolí.

Nové projekty pro Prahu i regiony

Jakkoli je tuzemská výstavba globální realitní krizí zasažena, i letos řada developerských firem hlásí nové projekty, z nichž řada bude realizována v regionech. Tak například společnost Inter Ikea Centre Group, developer a provozovatel nákupních center Avion s obchodními domy Ikea, má v plánu do tří až pěti let v Česku investovat dalších 5,2 mld. Kč. Ty mají směřovat do rozšíření stávajících nákupních center i výstavby

nových, třeba ostravské nákupní centrum bude rozšířeno na více než 100.000 metrů čtverečních a vedle prodejny Ikea zde bude i další nábytkářský řetězec Kika. Firma Crestyl, která se často zaměřuje na sever Čech, kde nedávno otevřela obchodní centrum Central Chomutov, zase plánuje - tentokrát ve středních Čechách - obchodně-společenské centrum Central Kladno, které má nabídnout celkovou prodejní plochu o rozloze 29 000 metrů čtverečních. Významný přírůstek obchodních ploch čeká i Plzeň - tady společnost UBM Bohemia už v příštím roce začne stavět multifunkční centrum Hamburk, který představuje obdobný koncept jako Anděl City na pražském Smíchově, který UBM Bohemia dokončila před několika lety. Ke slovu samozřejmě přijde i developerský ráj - hlavní město. Už zmíněná Ikea plánuje v roce 2011 vybudovat nový obchodní dům s nábytkem a bytovými doplňky IkeaWest v Praze-Zličíně, přičemž její původní prodejna bude zrekonstruována a nabídnuta k pronájmu. V Praze se také očekává rozšíření centra Fashion Arena a zásadním příspěvkem k rozšíření jejich maloobchodních kapacit bezesporu je i Galerie Harfa s 44.000 metrů obchodních plocha.

11.12.2009 09:00, SF/pb