

# Investičný potenciál slovenského maloobchodu neochabuje



Author: SF / Juraj Pokorný | Published: 11.02.2011

## Pomer medzi západom a východom krajiny vyváženejší

Očakávanie zástupcov realitno-poradenskej spoločnosti CB Richard Ellis (CBRE) je už o niečo optimistickejšie, aspoň čo sa týka komerčného segmentu v podmienkach slovenského trhu. Oživenie, ktoré ho v druhej polovici roka 2010 konečne postihlo, sa má naplno prejaviť práve v tomto roku. Narastajúce rozdiely, pokiaľ ide o investičný potenciál, tak medzi jednotlivými realitnými doménami, ako aj medzi prítťažlivejšími a menej lákavými regiónmi, však autori spomínanej štúdie o tohtoročných nových trendoch nepopierajú.

Na rozdiel od trhu kancelárskych priestorov, kde špecialisti CBRE predpokladajú pokračovanie momentálneho stavu nízkej ponuky novostavieb až do roku 2012, segment obchodných priestorov je v priaznivejšej situácii. Aj keď určite nemožno hovoriť o nejakom boome ďalších nákupných centier, teda obchodných priestorov s celkovou plochou 5-tisíc m<sup>2</sup> a viac, nesporné je, že v porovnaní s administratívou sa ich rozdelenie medzi Bratislavu a zvyšok - resp. západ a východ - Slovenska javí oveľa rovnovážnejšie a rovnomernejšie.

Ako uviedol aj retail consultant CBRE Martin Bíro, vlani pribudlo v tomto segmente 121-tisíc m<sup>2</sup>, takže ku koncu roka dosiahol ich celkový objem 934-tisíc m<sup>2</sup>, z toho v metropole 372-tisíc. Pokiaľ ide o projekty na tento rok, z naplánovaného objemu 179-tisíc m<sup>2</sup> sa už realizuje 110-tisíc. Potvrdením predchádzajúceho tvrdenia je akiste fakt, že ich podstatná časť sa tvorí v košickom Auparku. Eurovea Galleria, posledný väčší bratislavský projekt, bol otvorený a verejnosti sprístupnený vlani.

Eco Shopping Park v Senici, Business Centrum Horse v Poprade alebo Retro v Bratislave. Také sú ďalšie projekty, plánované napriek skutočnosti, že banky podľa Bíra podmieňujú poskytnutie úveru 70- až 80-percentnou zazmluvnenosťou, čo je voda na mlyn nájomcov žiadajúcich nájomné prázdniny či iné bonusy. Výška nájmov v bratislavských obchodných centrách sa pohybuje v rozpätí od 16 do 75 eur za m<sup>2</sup> mesačne, nájomcovia z kategórie „kľúčových“ však podľa CBRE zaplatia v priemere od 8 do 14 eur za m<sup>2</sup>.

Do budúcej maloobchodnej mozaiky neodmysliteľne patrí prvé slovenské factory outletové centrum - D1 Outlet Bratislava v blízkosti seneckého výjazdu z diaľnice, len 20 kilometrov od Bratislavy. Podľa jednej z posledných správ sa developerskej spoločnosti IPEC Group podarilo prilákať do neďalekého pozemku firmu P.Max, ktorá spustila hneď po prevode 50-árovej plochy výstavbu svojej prvej predajne v SR. Najväčší

rakúsky výrobca nábytku na mieru tak zavíta na Slovensko cez Senec a svojich prvých zákazníkov by mal privítať už v auguste tohto roku.

„Územie v seneckom katastri medzi Sencom a Viničným developujeme už od roku 2005. Dnes usilovne pracujeme na jeho premene na nákupnú zónu. Darí sa nám to,“ skonštatoval Ivan Čarnogurský, riaditeľ IPEC Group, ktorý tu okrem plochy pre D1 Outlet Bratislava vlastní ešte 50 ha nezastavaných pozemkov s vybudovanou infraštruktúrou, určených na výstavbu budúcich centier a rozvoj retailovej zóny.

### **Výhybka na ekologickú koľaj módou aj nevyhnutnosťou**

Nákupných centier, ktoré navštevuje aspoň raz do týždňa asi 45 % obyvateľstva, je v SR momentálne 53. Tvrdí to najnovšia štúdia „GfK Nájomný mix nákupných centier 2010“ spoločnosti GfK Slovakia, ktorá okrem najkomplexnejšieho prehľadu ich 3 450 nájomcov a najnovších trendov ponúka aj štruktúru nájomného mixu s kategorizáciou podľa jednotlivých regiónov, sortimentu, centra či prevádzkovateľa. Značky, doteraz zastúpené prevažne na západe krajiny, začali úspešne saturovať aj v iných mestách. Predajnú sieť úspešne dotvárajú aj domáce značky, ktoré si v nových nákupných centrách otvárajú ďalšie maloobchodné prevádzky, konštatujú autori štúdie.

K podnikaniu v nákupných centrách sa vyjadrili aj prevádzkovatelia maloobchodných jednotiek. Väčšina podľa štúdie vyzdvihuje skvalitnenie marketingových aktivít centier či možnosti jestvujúcich prevádzok zahrnúť do svojho ponukového portfólia ďalší segment nájomcov podľa druhu podnikania. „Poznať správny nájomný mix umožňuje developerom a prevádzkovateľom optimalizovať štruktúru nájomníkov v terajších, ako aj v plánovaných prevádzkach. Jednotliví obchodníci majú možnosť monitorovať svoju konkurenciu a hľadať príležitosti na trhu v jednotlivých regiónoch,“ konštatuje štúdia GfK Slovakia, ktorá je strategickým podkladom pre plánovanie obchodných a rozvojových aktivít a prehľadom saturácie jednotlivých značiek na trhu.

K citovanej štúdii Emerging Trends in Real Estate 2011 stojí za to pristaviť sa ešte raz, a to kvôli jednému záveru s d'alekosiahlym dopadom: Realitný sektor v Európe sa podľa nej bude musieť v tomto roku vydať ekologickou cestou. Nehľadiac na terajší iba 2-percentný trhovú podiel investori predpokladajú, že novým štandardom sa čoskoro stanú práve zelené budovy. Existuje totiž predpoklad, že s postupným rastom hodnoty zelených budov bude klesať hodnota starších, neekologických projektov. „Motorom týchto zmien sú predovšetkým nájomcovia kladúci väčší dôraz na ekologickosť budov. Títo sa čoraz intenzívnejšie zaujímajú o rozličné spôsoby zníženia nákladov prostredníctvom zelených budov, ktorými by zároveň dodali váhu svojej politike spoločenskej zodpovednosti,“ domnievajú sa autori štúdie.

Na rozdiel od fádnych priemyselných kvádrov sa projektovanie nákupných centier môže stať neporovnateľne kreatívnejšou činnosťou. Takou bol aj architektonicky a technologicky pozoruhodný projekt trenčianskeho Auparku, ktorého developer sa pri jeho tvorbe snažil maximálne zohľadniť potreby a pripomienky mesta. „Pri pohľade cez rieku je objekt riešený tak, aby nenarúšal panoramatický pohľad na Trenčiansky hrad. Naopak, pri pohľade na strešnú krajinu z hradu je strecha objektu riešená ako piata fasáda s rozčlenenými zazelenanými plochami na streche tak, aby pri pohľade z hradu nepôsobila hmota centra rušivo, ale nanajvýš nevtieravo,“ vysvetľuje pre Stavebné fórum.sk Roman Karabelli zo spoločnosti HB Reavis Slovakia.

Hoci tu v pravom zmysle nejde o budovu vyslovene šetrnú k životnému prostrediu, tomu, že výhybka na ekologickú koľaj sa stáva módou a zároveň nevyhnutnosťou, nasvedčuje aj najzaujímavejší prvok diela - fasáda. „Tá, ktorú navrhujeme, nebola zatiaľ v strednej Európe použitá. Na rozdiel od brečtanu t'ahaného po ocelových lankách za sklenenou fasádou, tu ide o samostatný živý organizmus vyrastajúci priamo z fasády. Unikátny francúzsky systém využíva konštrukciu na fasáde, kde sú do čílskeho machu vsádzané samotné rastliny,“ dodáva Karabelli.

Zdroj a vizualizácie - CBRE, IPEC Group / event2all, GfK Slovakia, HB Reavis

- 1) Trenčiansky Aupark s unikátnou fasádou
  - 2) Budúca predajňa P.Max pri Senci
- 

11.02.2011 09:30, SF / Juraj Pokorný