

# Praha loni přivítala tucet globálních značek



Author: SF/pb | Published: 30.09.2015

Jakkoli celosvětově jsou nejaktivnější společnosti či značky z USA, Itálie, Velké Británie, Francie a Španělska, na českém maloobchodním trhu se projevují specifické vztahy, které Česko poutají s německou ekonomikou. Právě německé firmy byly loni v expanzi na náš maloobchodní trh nejaktivnější - v roce 2014 v Praze otevřeli svou prodejnu hned tři německé značky (21 %). Atraktivní je ale český trh i pro společnosti z USA či Itálie, když na druhou stranu jsou i takové firmy, které Česko opouštějí. „I když se může zdát, že je trh, co se týče skladby jednotlivých značek v rámci různých retailových sektorů dobře obsazen, nové značky mají stále šanci prorazit. Řada obchodníků přichází, ale někteří i odcházejí. Za poslední tři roky uzavřelo své obchody v České republice několik zahraničních, převážně módních značek, například Giga sport, KappAhl, Charles Voegele, Jackpot & Cottonfield či Mixer,“ říká Tomáš Beránek ze společnosti CBRE.

## Nové značky v ČR v roce 2014

Adidas NEO  
Bears&Friends  
Fjällräven  
Kiehl's Since 1851  
La Vie  
Moncler  
Sinéquanone  
Sizeer  
Superdry  
Tosca Blu  
Von Zeiten  
Woolrich

Zdroj: CBRE

V posledních letech se do jisté míry mění obchodní strategie firem, které do Česka přicházejí. Leckteré luxusní značky zvolily „monobrand“ prodejny svých místních partnerů nebo „multibrand“ obchody, ale v posledních letech už sází hlavně na značkové butiky ve vlastní režii, které se snaží interiérem a atmosférou působit na specifickou skupinu zákazníků, na které daná luxusní značka míří. Převážná většina nově přichozích značek patří do sektoru módy, kam se řadí i sportovní oblečení, boty nebo módní doplňky. Co se týče cenové úrovně, polovina z nich cílí na střední cenovou úroveň, druhá na vyšší kategorii.

Český maloobchod dnes vykazuje nejen zvýšenou aktivitu samotných obchodníků, ale také investorů. Zatímco development obchodních kapacit u nás v posledních letech - vzhledem k saturaci trhu - zeslábl, zájem o stávající „retailové“ objekty mezi investory je značný - vlemi výmluvným dokladem tohoto zájmu je nedávný prodej podílu v OC Palladium za 15 miliard korun. A jak ukazuje nedávná analýza společnosti Colliers International, Česká republika je v tomto ohledu součástí trendu patrného v celé oblasti EMEA (Evropa, Afrika, Střední východ). V tomto megaregionu investice do maloobchodních nemovitostí v prvním čtvrtletí 2015 meztiročně vzrostly o 94 % na 19,1 mld. dolarů. Přitom nejvíce investic tohoto typu přitáhla Velká Británie, následovaná Německem a Francií. Porovnání těchto údajů s dalšími ukazuje, že příliv investic jde ruku v ruce se zvyšováním maloobchodního obratu (v Evropě loni meztiročně o 1,9 %) i vzestupem nájemného, v některých lokalitách přímo raketovým - například v Londýně na hlavních nákupních třídách meztiročně vzrostlo o 25 %. Naopak nájemné v nákupních centrech ve střední a východní Evropě bylo víceméně stabilní, mírný růst nájemného vykazují obchodní kapacity v Bratislavě, Varšavě a v pobaltských metropolích.

---

30.09.2015 08:00, SF/pb