

Evropa: boom obchodních center, nové formáty



Author: SF/pb | Published: 07.12.2015

Po dvou hubených letech se tak „retailoví“ developéři na celém kontinentu opět dostávají do formy. Nové projekty nejen chystají, ale i realizují, pak úspěšně pronajímají a prodávají krátce po dokončení investorům. Novou výstavbu podporuje zvyšující se kupní síla v Evropě a tedy ochota zákazníků utracet, stejně jako expanze řady nájemců.

Nové trendy

„Nové projekty vznikají po celé Evropě. Mezi nejaktivnější v tomto ohledu patří - možná překvapivě - Španělsko a Itálie, které procházely náročnějším ekonomickým obdobím. Robustní aktivitu ale vykazují také tradiční trhy ve Velké Británii, ve Francii nebo v Německu. Nečekaný rozmach retailu vidíme rovněž ve Skandinávii,“ komentuje situaci Jonathan Hallett z Cushman & Wakefield.

Expanze obchodních center je mimo jiné důkazem, že i přes rozmach nakupování na internetu mají tradiční maloobchodní formáty na trhu stále své místo, když ovšem nových projektů ukazuje na nové trendy. Tím prvním jsou rekonstrukce, modernizace nebo rozšíření stávajících nákupních center. Podle Jonathana Halletta přiměla poptávka zákazníků a nájemců řadu developerů i vlastníků k modernizaci prostor nebo dobudování dalších etap. Z očekávaného přírůstku 9,7 milionu čtverečních metrů nových maloobchodních ploch tvoří rozšíření 22 % v západní Evropě a zhruba 10% podíl v regionu střední a východní Evropy.

Sport, gastro, kultura

Za důležitou tým Cushman & Wakefield považuje rovněž proměnu formátů obchodních center. Pohyb je v tomto směru zřetelný hlavně v západní Evropě a v severovýchodních státech. Do budoucna jej můžeme očekávat také v České republice.

Mnoho developerů otevřeně hovoří o "life-style" galeriích, a tedy nikoliv už jen o obchodních nebo nákupních centrech. Nejde o pouhou deklaraci - připravované a také už realizované projekty vykazují vysokou kvalitu architektury i interiérového designu, kladou rovněž větší důraz na volnočasové aktivity jako sport nebo wellness, Prakticky ve všech nových konceptech mají jednu z klíčových úloh gastro- provozy a další jednotky spojené s prodejem či konzumací jídla či nápojů.

Ke slovu přichází i kultura. Například Arese Shopping Centre v italském Miláně má vnitřní i venkovní

prostory pro pořádání kulturních akcí. Podobnou náplň nabízí také nový projekt společnosti Unibail-Rodamco s názvem Polygone Rivera nedaleko francouzské Nice. Za samozřejmé je už vnímáno i široké využívání zeleně a vytvoření přirozeného prostředí pro návštěvníky. Z nových projektů v tomto ohledu vyniká objekt Minto v německém Mönchengladbachu.

Konec gigantů?

Třetím trendem, který je dnes v developmentu retailu patrný, je zmenšování kapacit. Většina nyní dokončených či plánovaných projektů spadá do kategorie menších a středních center, zpravidla jde o 20 až 30 000 čtverečních metrů. I díky tomu významné procento nových staveb vzniká mimo metropole nebo velká města.

To ostatně dokládá i přehled nových projektů v České republice. Do konce roku 2016 by u nás mělo být otevřeno pět nových obchodních center. Kromě polyfunkčního areálu Nová Palmovka (pro obchod je vyčleněno 5 000 m²) a rozšíření Centra Chodov o 35 000 m² vyrůstají nové projekty v Hradci Králové (Aupark - 23 000 m²), Jablonci nad Nisou (Central - 11 270 m²) a v Přerově (Prior - 13 732 m²).

„Poptávka investorů, kteří jsou ochotni za nejlépe fungující a zavedená obchodní centra zaplatit opravdu vysoké částky, přiměje developery urychlit další projekty. Očekáváme proto, že už v roce 2016 začne výstavba zbrusu nových obchodních center i rekonstrukce či kompletní remodeling několika stávajících,“ uzavírá Jonathan Hallett z Cushman & Wakefield.

07.12.2015 08:00, SF/pb