

Century 21: zlatá saka vstupují na český trh



Author: SF / pb | Published: 19.11.2008

V České republice CENTURY 21 plánuje prodat během prvního roku nejméně dvacet licencí a do tří let jich hodlá mít zhruba 90. Do pěti let by pak kancelář CENTURY 21 měla být v každém městě s více než 20 tisíci obyvateli. Vedle standardního zprostředkování obchodu s nemovitostmi budou franšizanti klientům rovněž radit, jak svou nemovitost lépe připravit k prodeji nebo pronájmu, zajišťovat financování nákupu nemovitostí (firma už jedná o partnerství s hypotečními bankami), nabízet právní poradenství a při nákupu a podnájmu konzultovat zvolení správného typu nemovitosti a vhodné lokality. To vše budou franšizanti poskytovat na základě „receptů“ vytvořených mateřskou společností. Jejich obsah odpovídá standardním franšizovým konceptům (prodejní know-how, etický kodex, firemní webové stránky apod.), které v porovnání s jinými franšizami podle A. Mazgaje nejsou přehnaně rigorózní a poskytují uživatelům licence dostatečný prostor pro vlastní nápady a postupy. Ty by se ostatně měly generovat i prostřednictvím speciálních rad majitelů licencí, které budou ustaveny na místní, regionální a národní úrovni.

Recept na úspěch

Největší světová realitní franšiza vstupuje na český trh v těžkém období. „V dobrých obdobích trhy rostou, v obtížných klesají,“ odvětil Chris Kervandjan, viceprezident Century 21, velmi neurčitě, ale srozumitelně na otázku stran vývoje obratu společnosti v posledních letech a měsících. Vedení české pobočky je přesto optimistické, přičemž své plány opírá o skutečnost, že kolem 50 % občanských realitních transakcí se u nás provádí přes realitní kanceláře. „V první fázi chceme přebrat obchody špatných a nespolehlivých kancelářů, a to při nezměněném podílu realitních kancelářů na obchodech, v druhé pak tento podíl v nás prospěch zvýšit,“ komentuje Lubomír Mílek, výkonný ředitel české pobočky Century 21, zamýšlenou expanzi na českém trhu. Podle jeho slov budou kanceláře s logem Century 21 konkurovat i cenovou politikou: „Výši provizí našim franšizantům pouze doporučujeme, nejde o direktivu. Nicméně předpokládáme, že v závislosti na regionu či lokalitě se budou v případě prodejů pohybovat kolem 3 %, u pronájmů na úrovni jednoho měsíčního nájmu. Rozhodně se v tomto ohledu nebudeme inspirovat obchodníky, kteří žádají desetiprocentní provize.“

Stávající situaci na českém trhu rezidenčních objektů management „české“ Century 21 hodnotí jako poměrně komplikovanou. „Koupě nemovitosti jako investice se stává nesmyslnou, kupní cenu nelze z výnosů splatit. Očekáváme, že do budoucna se investiční nákupy spíše omezí,“ říká L. Mílek. Podle něj náklady na koupi rezidence rostou a dosahují 6 - 6,5 % pro hypotéku, když další 1 % představují ostatní náklady, zatímco výnosy dosahují v nejlepším případě 4 - 5 % a leckdy spíše méně : „Byt s pořizovací cenou kolem tří milionů nelze pronajímat za více než 15 000 korun.“ Ceny na trhu přitom L. Mílek považuje za příliš vysoké. Zatímco náklady na výstavbu se pohybují kolem 20 000 Kč (cena pozemků je podle odhadů

zvyšuje o 2 - 3 000 Kč na metr čtvereční), ceny prodejní například v Praze dosahují 50 - 80 000 Kč. „Předpokládáme, že ceny neporostou, bude tomu spíše naopak,“ vyvozuje Mílek.

Century 21 v datech a číslech

- Společnost založili v roce 1971 realitní makléři Art Bartlett a Marsh Fisher, kteří otevřeli svou první kancelář v Orange County v Kalifornii.
- V roce 1992 obrat celé sítě poprvé přesáhl hodnotu 100 mld. dolarů.
- Z pohledu světového růstu byl průlomový rok 1998, kdy se společnost etabluje v Číně a získává tak jeden z největších světových trhů. Dnes se v Číně otvírají desítky poboček měsíčně a CENTURY 21 bude brzy v této zemi disponovat sítí s dvěma tisíci kanceláři.
- V současné době představuje CENTURY 21 síť téměř 9000 realitních kanceláří ve více než 65 zemích světa.
- V posledních letech se úspěšně rozvíjí prodej licencí CENTURY 21 také v zemích východní Evropy - např. Rusku, Polsku, Rumunsku, Estonsku či Srbsku.
- CENTURY 21 je v realitním světě respektovanou značkou. Dokazují to nejen rostoucí prodeje licencí na všech pěti kontinentech, ale i nezávislé průzkumy na nejvyspělejších trzích. Pozici nejznámější sítě realitních kanceláří potvrzují každé dva roky průzkumy vedené společností Millward Brown, která zjišťuje povědomí o obchodních značkách v realitách. V těch se CENTURY 21 soustavně umísťuje na prvním místě před všemi konkurenty na trhu řady zemí. Např. v USA zná obchodní značku téměř polovina respondentů (47 %) a ve Francii dokonce tři čtvrtiny dotázaných (75 %).
- Říjen 2008 - oficiální vstup na trh České republiky

19.11.2008 18:00, SF / pb