

Nákupní centra: od velkého k malému



Author: SF / Petr Bým | Published: 16.06.2008

Výstavba obchodních center dnes zjevně prožívá boom, přitom se zdá, že trvá už několik let. Jak dlouho ještě to může pokračovat?

Alexander Rafajlovic: V roce 2008 by se podle našich odhadů mělo v ČR dokončit více než 290.000 metrů čtverečních nových ploch v nákupních centrech. Tato hodnota představuje vůbec nejvyšší objem nových ploch za dobu existence tohoto formátu v tuzemsku. Nová centra se v současnosti - s výhledem na 1-2 roky - plánují především ve velkých krajských městech a kromě Prahy, Brna a Ostravy se nejčastěji objevují ve městech s více než 70.000 obyvateli. V roce 2009 by nová plocha nákupních center mohla dosáhnout zhruba 150.000 metrů čtverečních. V horizontu 2-3 let očekáváme silnější prosazení dvou zásadních trendů:

- Pronikání nových center do menších měst, která mají zpravidla nad 45 000 obyvatel a jež nejsou součástí spádové oblasti větších center v krajských městech.
- Bude ubývat velkých projektů, a nová centra se začnou více objevovat v tzv. brownfield lokalitách, které byly v minulosti i díky často vysokým nákladům rekultivace opomíjeny
- Rozšiřování úspěšných center o další fáze. Tento trend začal okolo roku 2000, kdy se k existujícím projektům začaly přidávat druhé fáze, pokračoval v roce 2006 třetími fázemi. V roce 2009 se počítá s prvním rozšířením centra o čtvrtou fázi.



Staví se v Praze, kde je v chodu kolem šedesáti projektů, ale také v regionech, kde se pozornost developerů soustřeďuje na stále menší města. Nejsou ta očekávání přehnaná?

Rostislav Veselý: Jde o hledání nových příležitostí mimo větší města, která jsou již víceméně obsazena. Regiony naproti tomu vhodné příležitosti stále nabízejí. Je ovšem nutné velmi opatrně zvažovat konkrétní projekty - to, co funguje ve velkém městě, nelze bezmyšlenkovitě použít ve městě malém.

V poslední době - v důsledku zvýšení cen řady produktů a služeb - maloobchodní obrat v meziročních relacích klesá. Může toto „zakolísání“, u kterého ale není vyloučen trvalejší ráz, nějak ohrozit plánované projekty?

Alexander Rafajlovic: Dosavadní expanze nákupních center byla postavena jak na rostoucí spotřebě domácností, tak na vytlačování jiných nákupních formátů. V současnosti jsme svědky situace, kdy se růst

na úkor jiných formátů zpomaluje, což je vidět na návratu známých značek do center měst nebo třeba na expanzi nákupních parků. Z uvedeného plyne, že expanze nákupních center bude v dalších letech více ovlivňována právě spotřebou. V posledních letech jsem svědky neustálého růstu maloobchodních tržeb. Tempo tohoto růstu sice zpomaluje a v meziměsíčním porovnání může docházet i k jeho poklesu, nicméně trendová složka maloobchodních tržeb je i v současné době stále mírně pozitivní. Lze očekávat, že zpomalení maloobchodních tržeb se může projevit i na expanzi nákupních center, nicméně i vzhledem k době přípravy podobných projektů by se muselo jednat o delší pokles.

Jak se letos vyvíjí nájemné - v porovnání s počátkem roku? A jaký očekáváte další vývoj?

Jiří Kristek: Nájemné zůstává stabilní, nicméně je zde tlak pronajímatelů na růst nájemného v eurech, což je logickým důsledkem posilování kurzu koruny. Některé společnosti, zejména zahraniční, požadují platbu nájemného pouze v eurech, a to ve výši stanovené před několika lety, což je pro pronajímatele méně výhodné, protože jim náklady vznikají v korunách.



Na jedné straně se dnes retailový development zaměřuje na gigantické projekty, na druhé straně na stále menší, např. stop-shopy, jejichž výměra se pohybuje mezi třemi až sedmi tisíci metry čtverečními prodejní plochy. Jaký očekáváte další vývoj, existuje ještě nějaký formát, který k nám nedorazil?

Jiří Kristek: Vývoj projektů typu stop-shop bude dále pokračovat a tento typ bude pronikat do menších lokalit. Časem se může také částečně změnit skladba nájemců, a to směrem ke službám. Co se týká nových formátů, na českém trhu zcela určitě ještě stále chybí takzvaná leisure-centra, tedy zábavní centra, a také centra zaměřená na služby, například v oblasti právního poradenství, medicíny a podobně.

Kdo jsou největší hráči retailového developmentu u nás? Mění se nějak jejich složení?

Jiří Kristek: Tuzemskému retailovému developmentu dominují společnosti Sallerova výstavba, Intercora, Stop.Shop, P.V.N. a CPI. Většina developerů je ze zahraničí, ale na trhu působí i ryze české firmy. Existuje i docela velký počet lokálních stavebně-investičně-projekčních společností, které se orientují na výstavbu retail parků.

Tuzemští stavaři si stále více stěžují na nedostatek pracovních sil, mluví se o jejich „dovozu“ dokonce z Filipín či Pákistánu. Lze očekávat, že realizace některých projektů se vzhledem k tomuto deficitu prodlouží. Může to mít pro rozvoj celého segmentu nějaké fatálnější důsledky?

Jiří Kristek: Už nyní je možné sledovat, jak situace ve stavebnictví negativně ovlivňuje výstavbu nových projektů. Nezřídka se jedná i o nedostatek určitých materiálů. Dopad na development v oblasti retailu mají i rostoucí ceny stavebních prací - nájem jsou totiž stabilní a vyšší náklady na výstavbu snižují ekonomický efekt. To má za následek obezřetnější zvažování každého projektu.

Pokud se chcete o rozvoji detail a shopping center v ČR dozvědět více nových informací, můžete se zúčastnit diskusního setkání, které k tomuto tématu pořádá časopis Stavební fórum dne 19.6.2008 v pražském hotelu Panorama. Více informací o programu a on-line přihlašovací formulář naleznete na [webu diskusí](#).

Stavební forum