

Maloobchod: staví se především menší parky



Author: SF / pb | Published: 04.06.2010

„I developeři, kteří mají finanční zdroje, výstavbu oddalují. Dříve se běžně začínalo stavět, jakmile byly zajištěny předpronájmy na 50-60 % plochy, někdy i méně. Dnes i developeři s dostatkem vlastních zdrojů nezahájí stavbu, dokud nemají zajištěné nájemce pro alespoň 70 % obchodních ploch,“ říká Jiří Kristek, vedoucí oddělení pronájmu nákupních parků v Cushman & Wakefield.

Získat novou klientelu ale není snadné. „V posledních šesti měsících však začíná být běžné, že někteří nájemci opouštějí pronajaté prostory. Na trh se tak kromě nově postavených ploch dostávají atraktivní prostory v již zaběhnutých nákupních parcích,“ říká Jiří Kristek. Obchodníky k ukončení pronájmu vedou tři hlavní důvody: buď značka úplně opouští český trh (např. britský Halfords), nebo se stahuje z nákupních parků s rozhodnutím provozovat obchody v jiném segmentu trhu (např. Humanic). Třetím důvodem bývá insolvence firmy a konkurzní řízení, jako v případě značky OP Prostějov či John Garfield.

Nejlepší okamžik pro expanzi

Uvolněné prostory mohou být zajímavou alternativou pro značky, které naopak na český trh vstupují nebo plánují expanzi. Oproti budově, která je zatím pouze na papíře, mají možnost ověřit funkčnost existujícího objektu. Což umožňuje i vyhodnotit atraktivitu konkrétní jednotky, například podle množství lidí, kteří denně navštíví danou lokalitu. „Pro maloobchodníky je dnes vhodný okamžik pro expanzi nebo vstup na trh. Majitelé stávajících nákupních parků jsou v jednáních vstřícnější a jsou ochotni uzavírat i krátkodobější nájemní smlouvy. Dříve se nájemce zavazoval často na deset a více let. Dnes navíc za stejnou cenu dokáže mnohdy dohodnout výhodnější podmínky, například lépe vybavenou jednotku,“ upozorňuje na další výhodu Jiří Kristek z C&W.

Nájemcům hraje do ruky i postupné narovnávání jejich vztahů s majiteli objektů. Pronajímatelé si dříve v atraktivních lokalitách mohli mezi nájemci vybírat a naopak ti měli velmi omezený prostor pro vyjednávání individuálních podmínek nájemní smlouvy. Dnes je situace přesně opačná.

„Nové“ situace na trhu maloobchodních prostor hodlá využít spousta obchodních firem. Expanzní plány na letošní rok už představil například Baumax či potravinové řetězce jako Tesco Express nebo Žabka - ta dokonce plánuje otevření až sta prodejen k již fungujícím zhruba dvěma stům. Billa zase zvažuje nový typ prodejen - první Billa Box otevřel letos ve Vídni, v Praze zatím řetězec vybírá vhodnou lokalitu. Podobné plány mají řetězce Lidl a Penny, kteří pokračují v expanzi ve větších městech, kde se však chtějí zaměřovat hlavně na zabydlené oblasti (nikoliv na okrajích měst).

Univerzální vs. specializované parky

V současné době fungují v ČR především nákupní parky umístěné vedle operátorů s potravinami, a to převážně se standardní skladbou nájemců: móda, obuv, hračky, drogerie, elektro, chovatelské potřeby a další obchody zaměřené na impulzivní nakupování. Těchto nákupních parků je na trhu výrazná převaha, souvisí to s univerzálností a pro developery s možností širšího výběru vhodných nájemců.

Další typ parků, který se začíná prosazovat na našem trhu, je více specializovaný. Takový park se zaměřuje hlavně na zákazníky, kteří hledají cílený nákup. Tyto projekty vznikají především v lokalitách/městech, kde již univerzální park funguje či se jedná o další fázi projektu. Přitom není bezpodmínečně nutná přítomnost potravinářského obchodu, postačí obchod s nábytkem či hobbymarket. V mixu se nejčastěji objevují sortimenty jako nábytek, koberce, elektro, osvětlení, koupelňová a kuchyňská studia apod.

Plánované nákupní parky a termíny otevření

Retail Park Aš	jaro 2010	Retail Park Česká Lípa	podzim 2010
Family Centrum Chrudim	jaro 2010	Retail Park Dvůr Králové n. L.	podzim 2010
P. V. N. Znojmo	podzim 2010	Retail Park Prostějov	podzim 2010
Stop.Shop Znojmo	podzim 2010	Retail park Sokolov	podzim 2010

Pramen: Cushman & Wakefield, květen 2010

Běžný mix nájemců v nákupních parcích v ČR

do statistiky nejsou zahrnuty potravinové řetězce, velké nábytkářské řetězce a řetězce s potřebami pro kutily

Pramen: Cushman & Wakefield, březen 2010

04.06.2010 09:27, SF / pb