

Význam hypermarketů v OC klesá

Author: SF / pb | Published: 30.06.2010

Po letech, kdy byla přítomnost prodejny potravin pro úspěšnost nákupního centra naprosto nezbytná, nastupuje v České republice nový trend. Některá nákupní centra přistupují ke zmenšování plochy prodejen potravin a to zhruba o 25 - 40 % původní velikosti. V některých centrech už změna proběhla, v dalších se připravuje. „Trend zmenšování prodejen potravin je zřejmý v posledních dvou letech, souvisí se změnou nákupních zvyklostí. V prodejně potravin chtějí lidé především rychle nakoupit potraviny. Za nákupem jízdního kola nebo vybavení bytu vyrážejí raději do specializovaných prodejen, kde dostanou odborný servis. Řetězce tak zužují sortiment a zmenšují prodejní plochu,“ říká Martin Žížala, vedoucí maloobchodního týmu v Cushman & Wakefield.

Příkladem zmenšení prodejny potravin je liberecká Nisa. Po celkové rekonstrukci tohoto nákupního centra se plocha hypermarketu zmenšila o 40 %. Dalším příkladem může být OC Varyáda v Karlových Varech, kde byla plocha supermarketu zredukována ve prospěch prodejny elektra. Podobné kroky chystají další centra, například Olympia Plzeň nebo Olympia Olomouc.

Změny budou výhodné pro majitele - mohou zase dosáhnout vyšších příjmů z pronájmu, protože například mobilní operátoři jsou schopni nabídnout vyšší nájemné než potravináři.

30.06.2010 09:12, SF / pb